

ZÁPADOČESKÁ UNIVERZITA V PLZNI

FAKULTA EKONOMICKÁ

Diplomová práce

**Význam a měření společenské odpovědnosti
firem**

**Significance and measurement of corporate social
responsibility**

Bc. Jiří Kutlák

Plzeň 2017

ZÁPADOČESKÁ UNIVERZITA V PLZNI

Fakulta ekonomická

Akademický rok: 2016/2017

ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Bc. Jiří KUTLÁK**

Osobní číslo: **K15N0099P**

Studijní program: **N6208 Ekonomika a management**

Studijní obor: **Podniková ekonomika a management**

Název tématu: **Význam a měření společenské odpovědnosti firem**

Zadávací katedra: **Katedra marketingu, obchodu a služeb**

Z á s a d y p r o v y p r a c o v á n í :

1. Definujte koncept CSR a uveďte jeho specifika.
2. Představte proces zavádění CSR s orientací na reporting a měření.
3. Pomocí vhodných metod analyzujte trendy a prvky měření CSR.
4. S ohledem na zjištěné výsledky analýz zhodnoťte a případně navrhněte úpravy vybraných metodik měření.

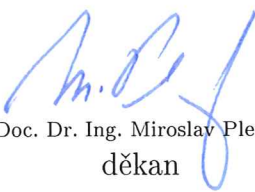
Rozsah grafických prací: **neuveden**
Rozsah kvalifikační práce: **60-80**
Forma zpracování diplomové práce: **tištěná/elektronická**

Seznam odborné literatury:


- **CARROLL, Archie B. a Ann K. BUCHHOLTZ.** *Business & society: ethics, sustainability, and stakeholder management. Ninth edition.* Stamford, CT, USA: Cengage Learning, 2015. ISBN 9781285734293.
- **FERRELL, O. C., John. FRAEDRICH a Linda. FERRELL.** *Business ethics: ethical decision making and cases. Tenth edition.* Stamford, CT, USA: Cengage Learning, 2015. ISBN 9781285423715.
- **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.
- **KULDOVÁ, Lucie.** *Společenská odpovědnost firem: etické podnikání a sociální odpovědnost v praxi.* Kanina: OPS, 2010. ISBN 978-80-87269-12-1.

Vedoucí diplomové práce: **Ing. Petra Taušl Procházková, Ph.D.**
Katedra podnikové ekonomiky a managementu

Datum zadání diplomové práce: **21. října 2016**
Termín odevzdání diplomové práce: **24. dubna 2017**


Doc. Dr. Ing. Miroslav Plevný
děkan




Ing. Jan Tluchoř, Ph.D.
vedoucí katedry

V Plzni dne 21. října 2016

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že jsem diplomovou práci na téma

„Význam a měření společenské odpovědnosti firem“

vypracoval samostatně pod odborným dohledem vedoucí diplomové práce za použití pramenů uvedených v příložené bibliografii.

Plzeň dne 24. 04. 2017

.....

podpis autora

Poděkování

Na tomto místě bych rád poděkoval vedoucí práce, paní Ing. Petře Taušl Procházkové, Ph.D., za odborné vedení, podnětné připomínky a cenné rady, jež mi velmi pomohly k vypracování této diplomové práce.

Dále bych rád tímto způsobem poděkoval své rodině a blízkým za podporu při studiích a při tvorbě této diplomové práce.

Obsah

ÚVOD	7
1 CÍLE A METODIKA PRÁCE.....	9
1.1 VÝZKUM.....	9
2 TEORETICKÉ VYMEZENÍ CSR	13
2.1 HISTORICKÉ POJETÍ.....	13
2.2 SOUČASNÉ POJETÍ	14
2.3 PŘÍBUZNÉ KONCEPTY	16
2.3.1 <i>Zainteresované strany /stakeholders</i>	17
2.4 PILÍŘE CSR.....	19
2.5 ARGUMENTACE PRO UPLATŇOVÁNÍ CSR.....	20
2.6 ARGUMENTACE PROTI UPLATŇOVÁNÍ CSR.....	22
2.7 IMPLEMENTACE CSR	22
3 MĚŘENÍ A REPORTOVÁNÍ O CSR	28
3.1 DEFINOVÁNÍ CSR REPORTOVÁNÍ.....	28
3.1.1 <i>Legitimacy theory</i>	28
3.1.2 <i>Stakeholderská teorie</i>	29
3.1.3 <i>Positive accounting theory</i>	29
3.2 PRVKY OVLIVŇUJÍCÍ CSR REPORTOVÁNÍ.....	30
3.2.1 <i>Velikost organizace</i>	30
3.2.2 <i>Vlastnictví a řízení organizace</i>	30
3.2.3 <i>Kapitálová potřeba</i>	31
3.2.4 <i>Sektor působnosti</i>	31
3.2.5 <i>Konkurenční prostředí</i>	31
3.2.6 <i>Rutina</i>	32
3.2.7 <i>Kultura</i>	32
3.3 STANDARDY A NORMY.....	32
3.3.1 <i>Klasifikace</i>	33
3.3.2 <i>Charakteristika vybraných standardů</i>	33
3.3.3 <i>Využívání standardů</i>	35
3.3.4 <i>Komparace</i>	35

3.3.4.1 Závěry komparace	38
3.4 DŮVODY A VÝHODY MĚŘENÍ A REPORTOVÁNÍ O CSR	39
3.5 ANALÝZA REPORTOVÁNÍ O CSR DLE VYBRANÝCH FAKTORŮ	41
3.5.1 Teritoriální faktor	41
3.5.2 Sektorový faktor	43
3.5.3 Faktor vlastnictví	45
3.5.4 Velikostní faktor	46
3.5.5 Obsahový faktor	48
3.5.6 Závěr analýzy	50
3.6 MĚŘENÍ A VYKAZOVÁNÍ CSR V ČR	50
3.6.1 Regulace	52
3.7 POVINNOST NEFINANČNÍHO REPORTINGU	52
3.7.1 Cíle směrnice	53
3.7.2 Subjekty	54
3.7.3 Zveřejnění a formální ověření	54
4 DOTAZNÍKOVÁ ŠETŘENÍ.....	56
4.1 HYPOTÉZY	57
4.2 STATISTICKÉ METODY	57
4.3 DOTAZNÍKOVÉ ŠETŘENÍ – VEŘEJNOST.....	60
4.3.1 Srovnání s výsledky komparace standardů	65
4.4 DOTAZNÍKOVÉ ŠETŘENÍ – ORGANIZACE.....	67
4.5 ZÁVĚRY ANALÝZY A EVALUACE HYPOTÉZ.....	70
ZÁVĚR.....	72
SEZNAM TABULEK, OBRÁZKŮ A GRAFŮ	74
SEZNAM POUŽITÝCH ZKRATEK A SYMBOLŮ.....	76
SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY	77
SEZNAM PŘÍLOH	83

Úvod

*„Kapitalismus zlepšil životy miliardám lidí, ale opomenul miliardy dalších.
Potřebujeme kreativnější kapitalismus: pokus napnout síly trhu tak, aby více společností
mělo přínosy z podnikání, které zlepšuje životy více lidem“.*

Bill Gates, Time (srpen 2008)

Současný globalizovaný svět prošel mnohými změnami. Řada z nich výrazně ovlivnila současnou společnost. Tyto změny se týkaly například rozvoje nových odvětví, nebo transformace systémů výroby. Nedílnou součástí tohoto vývoje je také přístup organizací, jakým chápou dopady svých činností na své okolí, respektive na společnost.

Právě společenská odpovědnost firem (Corporate Social Responsibility; CSR) je oblastí, která se zabývá kontextem vlivu ziskového i neziskového sektoru na okolní společnost. Koncept CSR se začal teoreticky definovat a zároveň prakticky uplatňovat od druhé poloviny minulého století. Přístup, jehož hlavní devízou je dobrovolnost, si za dobu své existence získal mnoho zastánců, ale také odpůrců. K hlavním argumentacím proti zavádění CSR patří jeho nejasné vymezení či nejednoznačná měřitelnost. Také tyto argumenty daly v konečném důsledku za vznik tématu této diplomové práce: *Význam a měření společenské odpovědnosti firem.*

I přesto, že koncept CSR je známý přes půl století, jeho měřitelnost, která je zcela spojená s následným reportováním, je oblastí poměrně novou a do značné míry neprobádanou. O rapidním nárůstu významu této problematiky svědčí kupříkladu statistika společnosti KPMG (2015) podle níž od začátku nového tisíciletí do současnosti vzrostl podíl společností, jenž měří a reportují o svých společensky odpovědných aktivitách, o více jak 200 %. Zájem o tuto tematiku lze spatřit také v oblasti zákonných úprav, na které je pak zcela logicky navázán nespočet konferencí či seminářů zabývajících se novými pravidly či změnami. O důležitosti a relevantnosti této tematiky svědčí mimo výše uvedeného také publikační činnost, kdy převážná část knih, článků a odborných studií vznikla po roce 2000, s rapidním nárůstem v období posledních 5 let.

Právě zmíněná měřitelnost a reportování, spolu s významem společenské odpovědnosti firem jsou klíčovými motivy celé struktury této diplomové práce. V prvních kapitolách

je nejprve teoreticky definován koncept společenské odpovědnosti firem, a to jak historicky, tak v současném pojetí. Součástí je také představení příbuzných teorií a jednotlivých pilířů CSR. Další kapitolou teoretické části je charakteristika implementace, kdy detailní popis je zaměřen především na proces měření a reportování.

Tento proces je taktéž nejprve ukotven teoreticky a následně dochází k popisu a vzájemné komparaci vybraných standardů a norem. Součástí této části práce je také komplexní analýza problematiky, a to na základě jednotlivých faktorů. Analýza zahrnuje rovněž popis reportingu CSR v České republice a v Evropské Unii (EU), což je součástí kapitoly zaměřené na povinný nefinanční reporting.

Obsahem předposlední části diplomové práce jsou dotazníková šetření, která byla realizována mezi veřejností a organizacemi. Jednotlivá dotazování jsou představena nejprve obecně, na což navazuje vyhodnocení dat s využitím statistických metod. Náplní dílčích závěrů dotazníkových šetření je také evaluace stanovených hypotéz.

V závěru celé práce je provedeno zhodnocení vycházející z jednotlivých dílčích analýz a výzkumů. Toto zhodnocení je doplněno také nastíněním možného budoucího vývoje v oblasti významu a měření společenské odpovědnosti firem.

1 Cíle a metodika práce

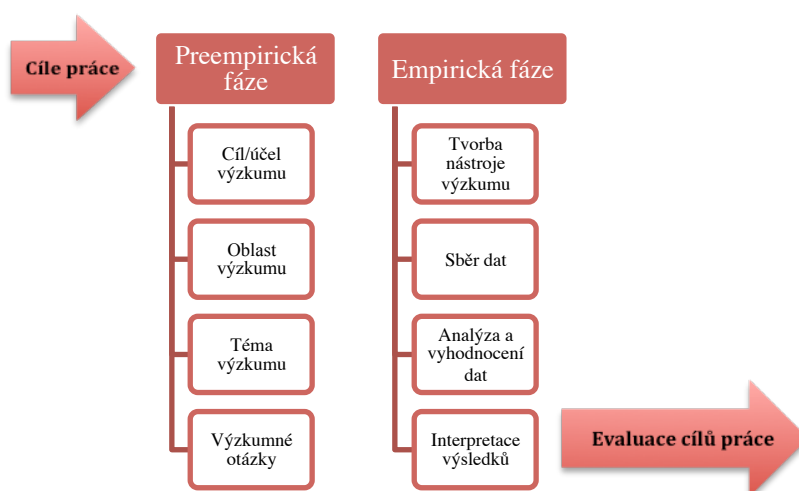
Hlavním cílem této diplomové práce je zhodnocení významu a měření společenské odpovědnosti firem. Tohoto hlavního cíle bude dosaženo splněním následujících dílčích cílů.

- Teoretické vymezení problematiky CSR se zaměřením na měření/reporting.
- Představení a vzájemná komparace vybraných standardů a norem měření/reportování.
- Charakteristika současného stavu měření/reportování pomocí analýzy jednotlivých faktorů.
- Analýza vybraných aspektů CSR na základě realizovaných dotazníkových šetření.
- Vyhodnocení situace v oblasti významu a měření společenské odpovědnosti firem a formulování možných vývojových tendencí v této problematice.

1.1 Výzkum

Výzkum realizovaný v této diplomové práci odpovídá svým charakterem a fázemi pojetí dle Punch (2008), s nímž se shoduje i přístup Egera a Egerové (2014). Tato koncepce separuje výzkum na dvě fáze, preempirickou a empirickou. Obsah jednotlivých fází výzkumu je znázorněn na obrázku č. 1 níže. Tato kapitola se zaměřuje na charakteristiku a rozbor preempirické fáze. Empirická fáze, někdy označována jako fáze realizační, je pak náplní kapitol dílčích výzkumů.

Obr. č. 1: Kroky metodiky výzkumu



Zdroj: vlastní zpracování dle Punch (2008), 2017

Společným prvkem pro obě fáze je naplnění cílů práce. Právě design a realizace výzkumu je nezbytnou podmínkou pro jejich úspěšné dosažení. Nedílnou součástí výzkumu, která ovšem nebývá obsahem metodiky, je vyhodnocení cílů práce. Tato evaluace cílů bude součástí závěrečné části této diplomové práce, přičemž s dílčími závěry je možné se setkat již v jednotlivých částech výzkumu (Punch, 2008).

Cíl/účel výzkumu

Primárním cílem výzkumu je pomocí zvolených metod sběr, vyhodnocení a analýza potřebných relevantních dat.

Výzkum lze dále dle účelovosti rozdělit na primární a sekundární (analytický a popisný). Sekundární výzkum, který předchází primárnímu, se zakládá na analýze a popisu tématu práce, často nazývaný jako teoretická rešerše. Obsahem primárního výzkumu je získávání převážně nových dat a informací k dané problematice (Collis a Hussey, 2003; Punch, 2008). Oba dva přístupy pak svým účelem přispívají k reflektování cílů této diplomové práce.

Výzkumná oblast a téma

Výzkumná oblast, podobně jako téma, bývají popsány několika málo slovy. Rozdíl je ovšem v konkrétnosti, kdy téma je detailněji vymezená oblast výzkumu. Při zpracování diplomové či disertační práce bývá téma do značné míry shodné s názvem samotné práce (Eger a Egerová, 2014).

Výzkumnou oblastí této práce je Společenská odpovědnost firem (CSR). Výzkumným tématem (viz téma práce) je pak Význam a měření společenské odpovědnosti firem.

Výzkumné otázky

Výzkumné otázky (někdy dále dělené na obecné a specifické) jsou další úroveň konkretizace plánovaného výzkumu. Důležitý je také význam tzv. empirického kritéria, které poukazuje, že správně navržené výzkumné otázky naznačují charakter potřebných dat. Právě propojení výzkumných otázek s požadovanými daty je považováno za samotnou podstatu výzkumu. Další dílčí krok zahrnuje stanovení hypotéz, nicméně pro účely této práce jsou hypotézy stanoveny v kapitolách konkrétních výzkumů (Punch, 2008; Eger a Egerová, 2014).

Pro výzkum této práce jsou stanoveny tyto tři výzkumné otázky:

- *Jaké je mezi širokou veřejností povědomí o konceptu CSR a možnostech jeho měření a reportování?*
- *Jak lze zhodnotit pozici, v níž se v současnosti měření a reportování CSR nachází?*
- *Jaké tendence možného vývoje vykazuje oblast CSR, včetně jejího měření a reportování?*

Metody, typy a nástroje výzkumu

Mezi využívané **výzkumné metody** patří **analýza, syntéza a dedukce**. Pro metodu analýzy je charakteristické rozdělení celky na jeho části (komponenty), jenž jsou dále postupovány hlubšímu zkoumání či popisu. Součástí analýzy bývá také zkoumání vztahů mezi těmito částmi celku. Znakem syntézy je naopak sestavení jednotlivých částí v celek. Deduktivní přístup je typický odvozováním závěrů ze souhrnu pravdivých tvrzení, někdy označované jako premisy (Hendl, 2005).

Analýza je v této práci využita především při rozboru odborné literatury, případových studií či vědeckých článků (sekundární výzkum). Metoda syntézy a dedukce je použita zejména při vyhodnocování realizovaných dotazníkových šetření a sestavování závěrů práce.

Dle typologie výzkumu jsou použity následující typy výzkumů. **Kvantitativní výzkum** dle Reichela (2009) předpokládá fakt, že předmět zkoumání (procesy, aspekty aj.) jsou určitým způsobem měřitelné či alespoň tříditelné. Následná analýza za využití statistických metod slouží k ověření platností a vzájemných vztahů. **Kvalitativní výzkum** je zaměřen na vysvětlení či popis předmětu zkoumání z úhlu pohledu vybraných jedinců. Cílem je snaha o hlubší a komplexnější porozumění danému aspektu. **Smíšený výzkum** je spojením dvou výše uvedených typů, kdy toto propojení má za cíl co nejkvalitnější splnění účelu výzkumu (Eger a Egerová, 2014).

K naplnění cílů diplomové práce (potažmo výzkumu) byly využity níže vypsané nástroje sběru dat.

- **Dotazník** – Jedná se o nejrozšířenější metodu sběru dat, konkrétně pak dat převážně hromadné povahy. Dotazník je považován především

za kvantitativní výzkumný typ, nicméně je doporučováno doplnění o některý z kvalitativních typů výzkumu (Punch, 2008).

- **Rozhovor** – Interview je po dotazníku dalším nástrojem dotazování, které je ovšem vedeno pomocí interpersonálního kontaktu. Cílem je sběr komplexnějších a hlubších postojů či názorů respondenta. Dle struktury a otevřenosti otázek lze pak rozhovor řadit jak mezi kvantitativní, tak mezi kvalitativní typ výzkumu (Eger a Egerová, 2014).
- **Analýza dokumentů** – Především z časových a finančních důvodů je často využívaným výzkumným nástrojem rozbor již zveřejněných dokumentů (statistiky, výroční zprávy, studie atd.). K dalším výhodám přístupu patří vzájemná komparace dat podobného typu, což přispívá k samotné relevantnosti tohoto nástroje (Hendl, 2005).

V tomto výzkumu je využito dotazování pomocí internetové distribuce dotazníků. Konkrétně se jedná o dva druhy obsahově podobných dotazníků – pro *veřejnost* a pro *organizace*. Rozhovor s vybranými experty (zástupce komerčního a nekomerčního sektoru) má strukturovanou formu s otevřenými otázkami. Výstupy z tohoto interview poslouží u vybraných otázek dotazníkových šetření k hlubšímu pohledu na danou oblast. Toto spojení tedy nabývá podoby smíšeného výzkumu s převažující kvantitativní složkou. Také u interview dochází k využití možností, jež nabízí informační technologie, a to v podobě programu *Skype*. Analýza širokého spektra dokumentů a studií je pak využívána především pro zmapování současného stavu reportingu v České republice (ČR) a ve světě, či pro analýzu a komparaci norem měření a reportingu CSR.

2 Teoretické vymezení CSR

Obsahem následující kapitoly je teoretické ukotvení konceptu CSR. Definice společenské odpovědnosti je popsána jak z historického pohledu, tak ze současného pojetí. Nedílnou součástí tohoto vymezení je také charakteristika jednotlivých pilířů a ostatních aspektů konceptu.

2.1 Historické pojetí

Koncept společenské odpovědnosti firem má velice pestrou historii. Samotný počátek teoretického vymezení CSR je datován do druhé poloviny 20. století, a to především v oblasti Spojených států amerických, o čemž svědčí také značná publikační činnost místních autorů. Mezi první, kteří se zabývají touto problematikou patří Howard R. Bowen (1953) či Eells (1956). Za základní otázku tohoto období bylo dle výše zmíněných autorů považováno chápání odpovědnosti vůči společnosti samotnými podnikateli. Tato otázka vychází z přesvědčení, že několik stovek největších a nejvýkonnějších firem je schopno svou silou a rozhodnutími ovlivnit životy občanů v několika ohledech (Carroll, 1999; Pavlík a Bělčík, 2010).

60. léta znamenají pro CSR z teoretického hlediska především značný nárůst pokusů v oblasti formalizace a definování, co společenská odpovědnost firem ve své podstatě přesně znamená (Carroll, 1999). Nejvýznamnějším představitelem tohoto období je Keith Davis, který koncept definuje (volně přeloženo) jako „*rozhodnutí a činnosti podnikatele, které jsou realizovány alespoň částečně z důvodů přesahujících ekonomické a technické zájmy firmy*“ (Davis, 1960, str. 70.). Zároveň dochází ke zdůraznění faktu, že hlavní složka CSR vychází z dobrovolnosti firmy, nikoli z nátlaku neziskových a jiných organizací. Dalším prosazovaným názorem je, že u nákladů vycházejících z této dobrovolnosti nemusí být vždy zajištěna možnost měření jejich ekonomické návratnosti (Walton, 1967).

Jestliže 60. léta znamenala nárůst snahy o definování konceptu, 70. léta jsou pak význačná právě snahou o teoretické vymezení pojmu. Například Harold Johnson (1971) popisuje společensky odpovědnou firmu jako tu, jejíž vedoucí pracovníci respektují mnohostrannost zájmů. Přesněji řečeno, manažeři se nesoustředí již pouze na zisk, ale také na své zaměstnance, dodavatele, obchodníky, místní komunitu aj. Za zmínku stojí

počátek orientace na výše zmíněný výčet zainteresovaných skupin, tzv. stakeholders¹. Významným mezníkem této doby je také příspěvek Výboru pro ekonomický rozvoj (Committee for Economic Development; CED), který zmiňuje, že podnikat lze na základě veřejného souhlasu a základním účelem je sloužit ke spokojenosti společnosti. CED dále, na základě rostoucího společenského zájmu o sociální podnikání, formuluje tři soustředné kruhy pojetí sociální odpovědnosti. *Vnitřní kruh* se koncentruje na základní ekonomické prvky – produkt, pracovní síla, ekonomický růst. *Střední kruh* se zaměřuje na vykonávání těchto základních ekonomických prvků s ohledem na společenské priority (ochrana životního prostředí atd.), a jejich změnu. *Vnější kruh* pak doporučuje, aby se organizace zajímala o své okolí z širšího úhlu pohledu, například s ohledem na rostoucí chudobu, odloučené lokality atp. K dalším autorům zabývajícím se konceptem CSR a jeho definováním patřili v 70. letech především George Steiner, Henry G. Manne, Henry C. Wallich a mnoho dalších (Carroll, 1999).

V dalších dvou dekadách dochází k ústupu od definování konceptu CSR. Do popředí se dostává analýza alternativních pojetí a témat, například společenská výkonnost firem (CSP), firemní občanství (CC), teorie zainteresovaných stran aj. (viz další část práce). CSR je v tomto ohledu bráno spíše jako stavební kámen či referenční bod pro výše zmíněné pojmy. Dále dochází k zaměření pozornosti na empirické výzkumy prováděné v této oblasti, které verifikují správnost či dané teorie revidují (Carroll, 1999; Kuldová, 2010).

Je více než pravděpodobné, že v blízké budoucnosti bude docházet spíše k neustálé operacionalizaci konceptu CSR, než k tvorbě nových teoretických směrů. I přes často různorodé chápání společenské odpovědnosti firem došlo v posledním půlstoletí k rozšíření těchto myšlenek do celé společnosti, čehož je důkazem stále větší důraz kladený jak ze strany firem, tak jejich zainteresovaných stran (Carroll, 1999).

2.2 Současné pojetí

V současnosti neexistuje v českém ani globálním měřítku jednotně využívaná definice společenské odpovědnosti firem. Na této skutečnosti se podílí mnoho faktorů, přičemž k těm základním lze zařadit dobrovolnost uplatňování konceptu, širší možnosti jeho

¹ Jinak také zájmové skupiny (viz kapitola 2.3.1 Zainteresované strany/stakeholders)

aplikace v praxi (neziskový sektor, ziskový sektor, vládní organizace aj.) a množství terminologických změn při postupném teoretickém vymezení CSR (Kašparová a Kunz, 2013; Carroll a Buchholtz, 2015).

Problematiku variantního terminologického ukotvení potvrzuje a zároveň řeší Alexandr Dahlsrud (2008), který ve svém díle došel k faktu, že tři z pěti níže uvedených oblastí (pojmu) se vyskytují takřka ve všech zkoumaných definicích, a čtyři z pěti zvolených faktorů se vyskytují v 80 % definic.

Oblasti/pojmy s nejčastějším výskytem v analyzovaných definicích CSR:

- environmentální,
- sociální,
- ekonomická,
- stakeholders,
- dobrovolnost (Dahlsrud, 2008).

Z těchto výsledků lze vyvodit závěr, že i když je zde mnoho často rozdílných definic konceptu CSR, v konečném faktu jsou definice velice homogenní.

Kromě odborníků (nejčastěji působících na akademické půdě) se vymezením společenské odpovědnosti firem zabývá také nespočet národních i mezinárodních institucí. Níže je uveden výčet pohledů vybraných subjektů na CSR.

- **Evropská unie** definuje ve své Zelené knize o CSR společenskou odpovědnost firem jako *„dobrovolné integrování sociálních a ekologických hledisek do každodenních firemních operací a interakcí s firemními stakeholdery“* (COM, 2001, str. 8).
- Pro **World Business Council for Sustainable Development** je CSR *„kontinuální závazek podniků chovat se eticky, přispívat k ekonomickému růstu a zároveň se zasazovat o zlepšení kvality života zaměstnanců a jejich rodin, stejně jako lokální komunity a společnosti jako celku“* (WBSCD, online, 2017).
- Dle **Business Leaders Forum** představuje CSR *„dobrovolný závazek podniků chovat se v rámci svého fungování odpovědně ke společnosti i prostředí, ve kterém podnikají“* (BLF, online, 2017).

Vzhledem k faktu, že koncept je uplatňován především samotnými organizacemi, je více než důležité jejich chápání konceptu, respektive definování CSR z jejich pohledu. Jako příklad je citováno chápání společenské odpovědnosti:

dle **Deloitte ČR**:

- „*CSR aktivity vnímáme jako nedílnou součást našeho podnikání. Řídíme se pravidlem, že úspěšní by měli pomáhat těm, kteří to v životě mají těžší. A tak pomáháme. Nejde ale jen o finanční podporu, radíme současně i s tím, co je nám nejbližší – třeba s vedením účetnictví, auditem či dalším odborným poradenstvím*“ (Deloitte, online, 2017);

dle **O2 Czech Republic a.s.**:

- „*O2 CR vnímá společenskou odpovědnost jako způsob řízení svého podnikání v souladu se zájmovými skupinami. Teprve bude-li firma pozitivně ovlivňovat ekonomický, technologický a společenský pokrok prostřednictvím svých aktivit, bude sama úspěšnou společností*“ (O2, online, 2017).

Veškeré výše zmíněné definice či jejich analýzy dokládají, že společensky odpovědná organizace by měla aktivně spolupracovat se všemi zainteresovanými stranami a vést s nimi otevřený dialog, který by měl v konečném důsledku směřovat k rozvoji kvality života celé společnosti. Tato činnost by měla být systematická, kontinuální a dlouhodobá. Celý koncept CSR je pak postaven na dobrovolnosti a mezi základní oblasti, na které je soustředěna pozornost, patří oblast ekonomická, sociální a environmentální. Celá koncepce CSR pak směřuje k primárnímu cíli, kterým je tvorba zisku. Výše popsané činnosti musí tedy firmě přinášet dlouhodobě zisk a zvyšovat konkurenceschopnost na trhu (Bělčík a Pavlík, 2010; Ferrell a Fraedrich, 2015).

2.3 Příbuzné koncepty

Již v kapitole zabývající se historickým pojetím je nastíněno, že koncept CSR vedl postupem časem ke vzniku dalších alternativních přístupů, jenž se například zaměřují pouze na užší vymezení určité části společensky odpovědného podnikání. Níže jsou stručně charakterizovány nejčastěji uváděné příbuzné koncepty k CSR.

Společenská výkonnost firem (Corporate Social Performance; CSP) spojuje finanční výkonnost firem s konceptem CSR, což znamená, že při řešení společensky

odpovědných problémů dochází k měření nejen finančního, ale i celkového příspěvku společnosti (Kuldová, 2010; Pavlík a Bělčík, 2010).

Firemní občanství (Corporate citizenship; CC) definuje aktivity, jež by měla organizace činit ve vztahu ke svým stakeholderům pro zajištění dlouhodobé prosperity. Nejčastěji se pojí tento koncept s filantropickými aktivitami firem (Pavlík a Bělčík, 2010).

Teorie zainteresovaných stran (stakeholders) proklamuje nutnost otevřeného dialogu se všemi zainteresovanými skupinami (Kuldová, 2010). I přesto, že lze chápat tuto teorii jako úzce vymezený a samostatně fungující koncept, pro společenskou odpovědnost firem znamenají stakeholders samotnou příčinu vzniku a uplatňování CSR.

2.3.1 Zainteresované strany /stakeholders

Na samém počátku vymezení stakeholders by si měla organizace zmapovat cílovou skupinu lidí či institucí, které mohou mít na společnost jak pozitivní, tak negativní vliv. Skupiny zainteresovaných stran mohou být velmi široké a jsou často velmi diferencované vzhledem k činnostem podnikání. Stakeholders je možné dělit dle různých oblastí, například Wether a Chandler (2006) dělí zájmové skupiny dle oblastí na *firmu* (zaměstnanci, management, majitelé aj.), *ekonomiku* (odběratelé, dodavatelé, aj.) a *společnost* (komunita, vládní instituce, neziskové organizace aj.). Podobné dělení nabízí také Steinerová (2008), která rozděluje stakeholders na *primární* a *sekundární*. Do primárních lze zařadit především vlastníky a investory, zaměstnance, stávající i potencionální zákazníky, obchodní partnery, místní komunity a environmentální organizace. Naopak jako sekundární je možné označit širokou veřejnost, vládní instituce, lobbisty, konkurenci, média a občanská sdružení. V obou zmíněných děleních se v samotné podstatě jedná o velice podobný výčet skupin osob a institucí.

Na základě tohoto počátečního monitoringu často vzniká sáhodlouhý seznam stakeholders, jenž je následně potřeba seřadit dle jejich zájmů a síly vlivu. K určení klíčových zájmových skupin je nejčastěji využívána matice klíčových stakeholders (viz obrázek č. 2).

Obr. č. 2: Matice stakeholders

Zájem	Vysoký	Průběžně informovat	Vést dialog a zapojit
	Nízký	Odpovídat na otázky	Zajistit spokojenost
		Malý	Velký
		Vliv	

Zdroj: vlastní zpracování dle Pavlík a Bělčík (2010), 2017

Po určení klíčových zainteresovaných skupin jsou doporučovány různé způsoby jednání, které naznačují již názvy jednotlivých kvadrantů na obrázku výše. Pro účely této práce je ovšem mnohem důležitější analýza zájmových skupin a požadovaných hodnot. Steinerová (2008) rozděluje stakeholders a jejich očekávání vzhledem k činnostem podniku následovně:

- **vlastníci a investoři:** ziskovost, růst hodnoty podniku, transparentnost aj.;
- **zákazníci:** kvalitní produkty a služby, přiměřená cena produktu, poprodejní servis aj.;
- **dodavatelé a odběratelé:** kvalita smluv a jednání, včasné plnění závazků aj.;
- **zaměstnanci:** odpovídající mzda a nefinanční benefity, pracovní podmínky, profesní růst a vzdělávání, work-life balance² aj.;
- **místní komunita:** finanční podpora, firemní dobrovolnictví aj.;
- **environmentální neziskové organizace:** ekologická výroba, minimální dopady činností na životní prostředí aj.

Organizace se často musejí vypořádávat také s protichůdnými zájmy jednotlivých skupin (např. investice do ochrany životního prostředí vs. ziskovost). V tomto případě musí být dosaženo optimálního kompromisu, jež je znám pod zkratkou *win-win situace*. Skrze organizované řízení spolupráce s jednotlivými stakeholders má organizace také snadnější přístup k informacím, které lze využít k predikci trendů, k identifikaci rizik, k tvorbě strategie atp. Spolupráce a vedení dialogu probíhá mnoha různými způsoby: dotazníková šetření, pracovní skupiny, neformální setkání,

² Work-life balance je definován jako sladování osobního a pracovního života. Mezi konkrétní aktivity patří práce z domova, podpora na mateřské dovolené aj. (Lustyková, online, 2013).

telefonická podpora, projekty atd. Požadavek je kladen především na dlouhodobost spolupráce. V případech, kdy dochází k dlouhodobému nenaplnění očekávání jakékoli ze stran, je nutné posílit vzájemnou komunikaci a vyhnout se tak negativním dopadům plynoucích z neuspokojení požadavků zainteresovaných skupin (Steinerová, 2008; Ferrell a Fraedrich, 2015).

2.4 Pilíře CSR

Dle mnoha autorů a organizací se dělí koncept CSR do třech základních oblastí, přičemž toto dělení kupříkladu potvrzuje svou studií také Dahlsrud (2008) (viz kapitola 2.2 Současné pojetí). Mezi tři základní sféry či tzv. pilíře CSR patří: *ekonomický, sociální a environmentální pilíř*. V mnoha publikacích a definicích se lze také setkat s pojmem *triple-bottom-line* (3P), jenž popisuje oblasti společenské odpovědnosti firem následovně:

- Profit (zisk) – ekonomický pilíř;
- People (lidé) – sociální pilíř;
- Planet (planeta) – environmentální pilíř (Kuldová, 2010).

I přesto, že společenská odpovědnost firem zahrnuje všechny tři uvedené pilíře, často se organizace a firmy na základě orientace a požadavků stakeholders koncentrují pouze na některé z pilířů či jejich podoblasti (Ferrell a Fraedrich, 2015).

Ekonomická sféra dbá především na chod a řízení společnosti. Mezi konkrétní aspekty patří kvalita a bezpečnost nabízených produktů a služeb, transparentnost a odmítání korupce, inovace a udržitelnost produktu, platební morálka, plnění závazků v dodavatelsko-odběratelském řetězci, vztah s investory aj. (Kuldová, 2010; Pavlík a Bělčík, 2010).

V **sociální rovině** se organizace soustředí na zdraví a bezpečnost svých zaměstnanců, kvalitní vzdělávací a rekvalifikační politiku, filantropické a dobrovolnické aktivity, genderově³ vyvážený přístup, dodržování lidských práv, komunikace se stakeholders, work-life balance aj. (Kuldová, 2010).

³ „Pojem gender označuje kulturní charakteristiky a modely přiřazované mužskému nebo ženskému biologickému pohlaví a odkazuje na sociální rozdíly mezi ženami a muži“ (ČSÚ, online, 2016).

Environmentální pilíř se zaměřuje na identifikaci a dopady činností organizace na životní prostředí, dále zahrnuje šetrnou ekologickou firemní kulturu, ekologickou výrobu, úsporné zacházení s přírodními zdroji, investice a rozvoj ekologických technologií a další environmentální aspekty (Kuldová, 2010).

Výše uvedený výčet aktivit v rámci jednotlivých pilířů CSR není konečný. Záleží pouze na konkrétních přístupech a cílech firem, jaké aspekty identifikují jako důležité. Dále je možné se setkat s alternativním dělením třech základních pilířů CSR (Ferrell a Fraedrich, 2015). Například Putnová a Sklenička (2007) dělí CSR na *vnitřní a vnější prostředí*. Další možné dělení konceptu je na čtyři oblasti, a to na *oblast trhu, pracovního prostředí, místní komunity a životního prostředí*. V tomto přístupu dochází v konečném důsledku pouze k rozvětvení sociálního pilíře (z 3P) na oblast pracovního prostředí (zaměstnanci, odbory) a místní komunity (veřejnost, neziskové organizace).

2.5 Argumentace pro uplatňování CSR

Kýženým efektem při zavádění CSR do organizace je dlouhodobý růst a trvale udržitelný rozvoj podniku. Koncept nesmí být chápán pouze jako vynakládání nákladů za účelem splnění požadavků okolí a vylepšení image organizace. Naopak využití synergického efektu v podobě propojení společenské odpovědnosti a ekonomických cílů může přinést organizaci konkurenční výhodu a zlepšit postavení na trhu. Finanční i nefinanční výhody z aplikování CSR neplynou pouze pro samotnou organizaci, ale také pro různé zájmové skupiny. (Kašparová a Kunz, 2013).

Mezi nejdůležitější **skupiny přínosů** lze dle Pavlíka a Bělčíka (2010) zařadit například:

Zvyšování hodnoty nehmotných aktiv celé organizace

Konkrétně se jedná o zlepšování firemní reputace, hodnoty značky, posilování důvěry a partnerských vztahů.

Úspora nákladů a zvýšení efektivity

Je nesporné, že aplikace konceptu CSR přináší organizaci zvýšení nákladů. Nicméně tyto náklady jsou vynakládány za účelem zvyšování efektivity jednotlivých podnikových procesů v budoucnu. Tato efektivita může být zastoupena například snížením budoucích nákladů na odstraňování znečištěných ploch, úspora nákladů souvisejících s vysokou fluktuací zaměstnanců atp.

Zvyšování zisku

Zvyšování zisku (z dlouhodobého hlediska) je vůbec nejkontroverznějším přínosem společenské odpovědnosti firem. Často dochází k zvýšení zisku pouze nepřímo a tudíž není možná jasná alokace ke konkrétním činnostem či nákladům. Nicméně na základě mnoha průzkumů předních univerzit vyplývá, že sledované společnosti aplikující CSR mají z dlouhodobé hlediska vyšší tempo růstu zisku.

Kvalitní, spokojení a loajální zaměstnanci

Kromě úspory nákladů vycházejících z nízké fluktuace zaměstnanců, dochází dále k rozvoji kreativního a inovativního myšlení všech zaměstnanců. Spokojenost zaměstnanců se mimo jiné do značné míry podílí také na posilování image organizace na veřejnosti.

Konkurenční výhoda a loajalita zákazníků

Získávání konkurenční výhody a zvyšování loajality zákazníků na základě aplikace konceptu CSR je založeno na ideovém základu. Lidé již v současné době nejsou vázány pouze na cenové aspekty, a to jak při nákupních rozhodnutích, tak například při volbě zaměstnání. Uplatňování principů společenské odpovědnosti firem tak poskytuje dostatečné nástroje k odlišení se od konkurence.

Řízení rizik a otevření nových příležitostí

Jedná se o základní výhody plynoucí z konstruktivní a dlouhodobé komunikace se zainteresovanými stranami. Organizace tímto přístupem získává cenné informace, které podpoří její flexibilitu a připravenost vůči možným změnám na trhu.

Oslovení investorů a posílení dodavatelsko-odběratelských vztahů

V mnoha průzkumech vychází najevo, že z investorského hlediska dochází k preferenci investic do oblastí CSR či do firem, jež tyto principy uplatňují. Důvodem je především menší rizikovost těchto investic a v konečném důsledku často nadprůměrného zhodnocení v podobě růstu hodnoty podniku. S tímto jde ruku v ruce síť kvalitních a trvalých obchodních vztahů. Tyto vztahy jsou založeny na důvěře a oboustranném zvyšování kvality.

2.6 Argumentace proti uplatňování CSR

Ani společenské odpovědnosti firem se nevyhýbá negativní kritika. Odpůrci tohoto konceptu nejčastěji argumentují pomocí následujících otázek: *Co je cílem podnikatelské činnosti a jak má být vymezeno CSR v podnikových směrnících?* Pokud je uvažováno, že základním cílem podnikání je maximalizace zisku, jak tvrdí například ekonom Milton Friedman, podléhá koncept oprávněné kritice. Nicméně argumentace proti konceptu přichází i v případě, že jsou při činnostech firem a organizací brány v potaz zájmy stakeholders. Negativní hodnocení v tomto případě vychází z tvrzení, že společnosti využívají koncept pouze ke zlepšení obrazu v očích společnosti. Tuto situaci umožňuje fakt, že neexistuje žádná zákonná regulace naplňování společensky odpovědných strategií a cílů. Na druhou stranu, zákonnou regulací by koncept ztratil jeden ze základních aspektů, tedy dobrovolnictví. Alespoň částečným řešením mohou být například daňové výhody firmám. Organizace by v tomto případě podléhaly nezávislému auditu třetí stranou, aby bylo verifikováno skutečné naplňování společensky odpovědných cílů. Právě tato kontrola je pak smyslem metodik jednotlivých standardů určených k reportování o CSR (Kuldová, 2010; Carroll a Buchholtz, 2015).

2.7 Implementace CSR

Proces tvorby a implementace společenské odpovědnosti lze označit za dlouhodobý, komplikovaný a komplexní. Cílem, ke kterému implementace směřuje, je zavedení principů CSR do vize podniku, jeho hodnot, podnikatelské kultury, řízení na všech úrovních aj. Nejčastějším přístupem je v současnosti *přizpůsobování* stávajících podnikatelských činností právě aspektům konceptu CSR (Pavlík a Bělčík, 2010).

Tvorba konceptu CSR samozřejmě vypadá v každé organizace odlišně, ovšem samotnou přípravu lze zobecnit na čtyři základní otázky, které lze vidět na obrázku č. 3 níže. Proces tvorby se následně dělí dle Pavlíka a Bělčíka (2010) na několik postupných kroků, jejichž souslednost je pro účely této práce považována za neměnnou.

Obr. č. 3: Základní otázky tvorby CSR v organizaci



Zdroj: vlastní zpracování dle Pavlíka a Bělčíka (2010), 2017

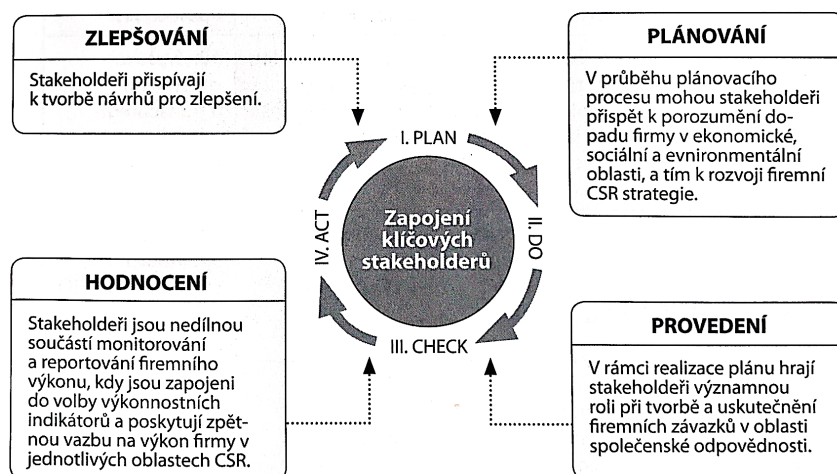
Prvotním krokem k tvorbě/úpravě CSR konceptu je **identifikace motivačních faktorů**. Tyto podněty se dělí na *interní* a *externí motivátory* (drivers). Mezi interní impulsy patří kupříkladu potřeba strategie k naplňování společensky odpovědných cílů, reakce CSR na změnu strategie organizace, nutnost většího sjednocení CSR cílů do fungování organizace atp. Naopak k vnějším faktorům lze zařadit potřeba efektivní komunikace o CSR aktivitách, požadavek pružnosti organizace vzhledem ke změnám v oblasti společenského podnikání či porozumění stakeholders. Jak interní, tak externí motivátory přímo souvisejí s potřebami organizace. Nejdůležitějším aspektem je ovšem postoj vedení společnosti, jenž je představováno především vlastníky a manažery. Právě jejich dlouhodobý pozitivní a proaktivní přístup k zavádění CSR je tím tzv. odrazovým můstkem k započetí potřebných kroků. Prosazování hodnot CSR nelze nicméně pojmout direktivně. Je třeba, aby všichni pracovníci v organizaci vnímali tuto změnu pozitivně a přijmuli tento postoj managementu a vedení firmy za vlastní (Pavlík a Bělčík, 2010; Kašparová a Kunz, 2013).

Dalším postupným krokem při tvorbě koncepce je **ztotožnění vize s koncepcí CSR**. Vizi lze chápat jako zjednodušený popis směru, kterým se chce organizace vydat, a popis podoby žádoucího stavu, kterého chce pomocí svých strategií dosáhnout. (Jakubíková, 2008). Tato identifikace může probíhat dvojím způsobem, a to *přímo* či *nepřímo*. Organizace má možnost začlenění CSR přístupů do již existujících vizí, hodnot a strategií, nebo jejich novou tvorbu orientovanou pouze na společenskou odpovědnost. Firmy výše zmíněnými způsoby integrace dokazují, že kladou na přístup tu nejvyšší prioritu a že jej zařazují do rozhodovacích procesů napříč všemi úrovněmi organizační struktury (Pavlík a Bělčík, 2010; Kašparová a Kunz, 2013).

Třetím krokem je **zhodnocení současného stavu CSR** v organizaci. V této části procesu implementace je hodnocena současná pozice konceptu CSR v rámci organizace. Toto hodnocení se dále dělí na vnitřní a vnější analýzu. *Interní analýza*, jinak nazývána jako sebehodnocení, je orientována na současné činnosti v oblasti společenské odpovědnosti. Nejčastěji využívanou metodou pro zmiňované sebehodnocení je soubor otázek (5 podoblastí), které pomáhají identifikovat charakteristické rysy organizace ve vztahu k CSR. Dílčí podoblasti sebehodnocení jsou nejčastěji zodpovídaný nejvyšším vedením, případně osobou pověřenou řízením CSR. Jednotlivé segmenty otázek se postupně zabývají problematikou, zda organizace přistupuje k odpovědným aktivitám strategicky, zda se chová odpovědně ke klientům a obchodním partnerům, zaměstnancům, životnímu prostředí a nejbližšímu okolí. Pro doplnění a porovnání výsledků se využívá také průzkum o povědomí v oblasti CSR mezi zaměstnanci. Výstupy vnitřní analýzy ukazují nejen společensky odpovědné činnosti a postoje firmy, ale jsou zdrojem inspirace pro budoucí rozhodování managementu firmy. Po vnitřní analýze je nezbytné provést také *analýzu vnějšího okolí*. Organizace by se měla zaměřit minimálně na následující oblasti: zákonné požadavky; benchmarking; průzkum konkurence; vnější impulsy (technologický rozvoj aj.) a angažovanost v asociacích, soutěžích a CSR programech. Pro zpřehlednění výsledků a jejich sumarizace se využívá SWOT analýza, která je zdrojem rozhodnutí o budoucím řízení společenské odpovědnosti. SWOT analýza je tvořena silnými a slabými stránkami, které vzchází z interního auditu, a příležitostmi a hrozbami, jež jsou stanoveny auditem vnějšího okolí (Pavlík a Bělčík, 2010; Kašparová a Kunz, 2013).

Dalším postupným krokem tvorby CSR koncepce je **určení klíčových stakeholders a jejich způsob zapojení do aktivit v organizaci**. Této problematice se již věnovala kapitola 2.3.1 Zainteresované strany/stakeholders. Klíčovým prvkem tohoto kroku je ovšem zapojení klíčových stakeholders do všech fází zavádění CSR v organizaci. Nejčastěji se lze setkat se čtyřmi fázemi, jež jsou označovány zkratkou PDCA (Plan, Do, Check, Act). Níže uvedený obrázek č. 4 pak popisuje možnosti zapojení stakeholders ve zmíněných krocích (Pavlík a Bělčík, 2010; Kašparová a Kunz, 2013; Carroll a Buchholtz, 2015).

Obr. č. 4: Možnosti zapojení stakedolders



Zdroj: Pavlík a Bělčík, 2010

Po stanovení klíčových stakeholders a možnostech jejich zapojení je následujícím krokem **vytyčení hlavních CSR témat a cílů**, tedy určení dalšího směřování vytvářené koncepce a *de facto* celé organizace. Prioritní cíle a témata jsou určena jakýmsi kompromisem mezi zájmy samotné organizace a její zájmových skupin. Při určování konkrétních cílů je pak nutné nejen vymezení daného faktoru, ale také oblasti hodnocení, indikátorů/parametrů hodnocení, nebo co daný cíl ovlivňuje a čím je naopak sám ovlivňován. Evaluaci dosažení daného cíle je možné následně vymezit na krátkodobé výsledky a dlouhodobě požadovaný stav. Například v oblasti výroby dojde k zaměření na segment odpadů. Hodnoceno je postupné snižování výsledného odpadu, kdy indikátorem je množství odpadů využitého k dalším činnostem (recyklace aj.). Cíl může být ovlivněn plánem technologického rozvoje výroby a naopak může ovlivnit velikost potřebných investic. Při stanovování cílů platí pravidlo SMART, kde S=specifický, M=měřitelný, A=akčně orientovaný, R=realistický a odpovědný, T=časově ohraničení. Právě *odpovědný (Responsible)* v rámci společensky odpovědných cílů doplňuje a částečně nahrazuje původní *realistický (realistic)* (Kuldová, 2010; Pavlík a Bělčík, 2010; Kašparová a Kunz, 2013).

Jako šestý krok tvorby koncepce se uvádí **vytvoření akčního plánu (integrace dílčích CSR aktivit do procesů)**. Obsahem této činnosti je zjednodušeně řečeno zavedení konceptu společenské odpovědnosti do podnikové praxe. Každému z vytyčených cílů jsou přiřazeny konkrétní aktivity vedoucí k jeho naplnění. Možnou cestou k integraci aktivit je jejich propojení a zavedení do procesů organizace. Integrace CSR koncepce je

nejčastěji realizována v rámci ročních plánů. S růstem velikosti firmy pak dochází k přesunu od operativního či taktického plánování směrem k plánování strategickému. V praxi se využívá celá škála způsobů usnadňující implementace CSR aktivit do organizace, níže je stručně charakterizován výčet nejčastěji uváděných metod (Pavlík a Bělčík, 2010; Kašparová a Kunz, 2013).

- **ČSN EN ISO 9001:2009**

Norma charakterizuje nároky na systém managementu jakosti. Pro zavedení norem ISO 9000 aplikují organizace procesní přístup, který lze označit za systém tvořen navzájem propojenými procesy (činnostmi) (Kuldová, 2010).

- **Model EFQM (Excellence Model)**

Model vychází z výše popsané normy ISO 9000, jenž dále klade důraz na procesní řízení, výsledky a neustálé zlepšování. Velmi kladně je u modelu excelence hodnoceno především zapojení všech zájmových skupin (Kuldová, 2010).

- **Balanced Scorecard (BSC)**

Metoda BSC, česky systém vyvážených ukazatelů výkonnosti podniku, je nástroj k tvorbě vazeb mezi strategií a operativním řízením organizace s přihlédnutím na měření výkonnosti. BSC ve své základní verzi operuje se čtyřmi perspektivami – *finanční, interních podnikových procesů, potenciálu a zákaznická*. V rámci implementace společenské odpovědnosti do BSC je první možností začlenění *triple-bottom-line* do stávajících perspektiv. Druhou možností je zachování základních perspektiv a vytvoření nové, páté CSR perspektivy (Kuldová, 2010).

Poslední krok tvorby/úpravy konceptu společenské odpovědnosti zahrnuje **komunikaci CSR**. Velká část literatury se liší v pojetí komunikace, reportingu a hodnocení CSR aktivit. Pro účely této diplomové práce je tedy problematika komunikace specifikována odděleně, naopak měření (hodnocení) a reportování je sloučeno a popsáno jako celek (Kuldová, 2010; Kašparová a Kunz, 2013).

I přesto, že samotná komunikace není hlavním cílem CSR aktivit, je nezbytné realizované činnosti organizace vhodným způsobem sdělovat cílovým skupinám pro posílení vědomí o společenské angažovanosti. Toto posilování je v současnosti

nezbytnou součástí konkurenčního boje o tzv. uvědomělého a velice informovaného zákazníka. Příjemci komunikovaného sdělení o CSR aktivitách jsou jednotliví stakeholders. Dle matice stakeholders pak podniky určují, jakým způsobem a jak často vysílají sdělení směrem ke svým zainteresovaným skupinám. Níže jsou uvedeny příklady způsobů komunikace.

- CSR report,
- tisková zpráva a komunikace s masmédií,
- produktové označení,
- vnitrofiremní komunikace,
- webové stránky organizace aj. (Kašparová a Kunz, 2013).

Jak již bylo zmíněno, **reportování a hodnocení** výsledků do značné míry koreluje s potřebami komunikace o činnostech organizace. Dokonce CSR report, jakožto výsledek hodnocení a reportování, se řadí mezi způsoby komunikace. Je samozřejmé, že uplatňování principů společenské odpovědnosti s sebou nese potřebu investic či jiného vynakládání určitých finančních obnosů. Nicméně CSR je vnímáno jako investice do budoucna a očekává se tedy, že v dlouhodobém horizontu bude organizace těžit z této své dobrovolné aktivity. Na jedné straně nelze tuto angažovanost měřit čistě finančně. Důvodem je například obtížná separace a alokace výnosů z konkrétních aktivit, případně vazba *příčina-důsledek*. Na druhou stranu se organizace neuspokojí pouze s vědomím dobrého pocitu. Velice věcně lze demonstrovat tuto skutečnost na výroku manažera společnosti *DuPont* Garryho Pfeifera: „*Za posledních pět let DuPont snížil své negativní dopady na životní prostředí o 60 % a jeho hodnota na trhu vzrostla o 340 %. Mohu nějak dokázat, že tato dvě fakta spolu souvisí? Nemohu. Myslíte, že o tom mám pochybnosti? Nemám.*“ I přes určitou pochybnost v dokazování, která je patrna i ze zmíněného citátu, se mnoho expertů a institucí snaží poskytnout metody a standardy k měření a vyhodnocování vlivu aplikace principů CSR. Dalším z motivů je snaha o objektivní posuzování CSR jednotlivých subjektů. Tento podnět vzešel ze skutečnosti, že společenská odpovědnost se v určitých případech stává pouze nástrojem public relations. Některé organizace prezentují tyto své aktivity doslova „na každém kroku“, i přesto, že zaměstnanci o uplatňování CSR nemají ponětí či dokonce pracují v neadekvátních podmínkách. Tato problematika je, vzhledem k tématu práce, detailně analyzována a popsána v následujících kapitolách (Pavlík a Bělčík, 2010).

3 Měření a reportování o CSR

Spolu s rostoucím zájmem organizací o společenskou odpovědnost roste také míra reportování o těchto jejich aktivitách. Ze strany zájmových skupin je podnětem požadavek na vyšší transparentnost podniků, který je podpořen také impulsy ze strany samotných organizací. Ty si uvědomují, že postup, metoda, sdělení a frekvence uveřejňování požadovaných dat a informací mohou mít značný dopad na vnímání, konkurenceschopnost a celkově dlouhodobou a udržitelnou existenci organizace. Reportování se nejčastěji vymezuje jako **komunikační a manažerský nástroj**, který je určený k prezentaci CSR aktivit cílovým skupinám, a k hodnocení a měření společenské angažovanosti (Kuldová, 2010; Pavlík a Bělčík, 2010). I přesto, že v názvu práce se vyskytuje pojem *měření*, budou následující kapitoly zaměřené na reportování/reporting, bez něhož by nebylo možné měření analyzovat. Zároveň data o reportování poskytují dostatečné množství relevantních informací, jenž jsou využity pro výzkum prováděné v této diplomové práci. Koneckonců výše uvedená skutečnost má také za důsledek častou substituci těchto pojmů, či jejich nahrazování pojmy: hodnocení, komunikace, vykazování aj.

3.1 Definování CSR reportování

Oproti teoretickému ukotvení konceptu společenské odpovědnosti panuje při definování CSR reportingu mezi autory převážně shoda. Výchozí a nejčastěji uváděnou definicí je formulace Graye (1987), který reportování společenské odpovědnosti vymezil jako proces komunikování sociálních a environmentálních dopadů způsobených hospodářskou činností podniku určitým zájmovým skupinám a společnosti jako celku. Tato definice vychází z legitimity a stakeholderské teorie. Společně pak s positive accounting theory (PAT) patří tyto přístupy k základním teoriím využívaným k vysvětlení motivace organizací k nefinančnímu reportingu (Kašparová, 2012).

3.1.1 Legitimacy theory

Legitimacy theory je systémově orientovaný přístup, který vychází z přesvědčení, že podnik je ovlivněn společností a sám ji také svým působením ovlivňuje. V rámci výkladu teorie se lze setkat s pojmem *společenská smlouva*, která je chápána jako právo působení podniku ve společnosti. V případě porušení této smlouvy, v podobě neshody mezi chováním podniku a očekáváním společnosti (legitimacy gap), dochází

k tzv. sankcím v podobě snížení poptávky, zastavení přílivu kapitálu, zvyšování daní aj. Uveřejňování dat a informací je možné spojit s obavou či samotným vznikem legitimacy gap. Značné neshody panují při snaze vysvětlit, proč organizace naopak nereportují. Jednou z možností je strategie záměrného vyhýbání se diskuzi z důvodu nechtěné pozornosti (Kašparová, 2012). Dalším objasnění nabízí van der Laan (2009), dle které podnik nemá potřebu zveřejňování informací, pokud je společností vnímám podle svých představ.

3.1.2 Stakeholderská teorie

Podobně jako legitimacy theory se tento teoretický přístup řadí k systémově orientovaným. Teorie je založena na podmínce, že okolí podniku je tvořeno různými skupinami s často odlišnými názory. Kromě různorodých názorů je také specifická odlišná intenzita síly a vlivu, jak danou organizaci a její činnosti ovlivňují. V rámci stakeholderské teorie se setkáváme s mnoha větvemi, kupříkladu s etickou (normativní), manažerskou (pozitivní) aj. Právě druhá jmenovaná je nejčastěji spojována s oblastí reportování. Manažerská větev popisuje budování a udržování komunikace mezi organizací a jejími zájmovými skupinami. Uveřejňování informací podnikem je činěno tak, aby uspokojilo zájmy stakeholdera a případně zamezilo jeho negativnímu postoji k některým aktivitám organizace (Kašparová, 2012).

3.1.3 Positive accounting theory

PAT spadá, na rozdíl od dvou popsaných přístupů výše, do oblasti teorií ekonomických. Přístup se koncentruje na popis a predikci zvolení konkrétních účetních metod vedením organizace. Základem PAT jsou tři základní hypotézy, konkrétně *hypotéza o bonusovém plánu*, *o poměru dluhu k vlastnímu kapitálu* a *o politických nákladech*. První hypotéza předpokládá volbu účetních metod, jenž povedou k maximalizaci zisku v současném období z důvodu vyšších odměn pro manažery. Hypotéza o poměru dluhu k vlastnímu kapitálu se zaměřuje na zadlužení podniku. V situaci, kdy se zvětšuje zadlužení podniku, roste též monitoring činností organizace ze strany různých zájmových skupin. Logicky je možné tedy zaznamenat snahu o volbu účetní metody, která vykresluje toto zadlužení jako nejvíce přijatelné a snižuje vnímání rizikovosti. Poslední hypotéza jako jediná preferuje volbu účtování, které snižuje současný zisk. Jedním z důvodů je úsilí o dosahování průměrných hodnot v daném odvětví. Organizace se tak spíše vyhne zvýšenému zájmu okolí (Kašparová, 2012).

3.2 Prvky ovlivňující CSR reportování

Po vymezení teorií motivující organizace k reportingu jsou v této kapitole představeny základní aspekty, u kterých je možné identifikovat vliv na nefinanční reportování o společenské odpovědnosti firem. Popsaný výčet prvků nelze brát za konečný a zároveň není možné hodnotit vliv každého prvku na reportování odděleně. V níže uvedeném popisu faktorů jsou záměrně vynechány *standards a norms*, kterým je věnována samostatná kapitola v další části této práce.

3.2.1 Velikost organizace

Velikost organizace a s tím spojená viditelnost je nejčastěji zmiňovaný faktor působící na reportování o CSR. Tato skutečnost je dána rostoucím množstvím zájmových skupin vzhledem k velikosti dané organizace, která se tak dostává do hledáčku médií, politických subjektů aj. Zainteresované skupiny tak mohou svými intervencemi uspokojovat své zájmy a požadavky. Všechny uvedené skutečnosti, které vycházejí z empirického základu, jsou důvodem, proč je v současnosti spojeno reportování o CSR spíše s většími firmami (Kašparová, 2012).

3.2.2 Vlastnictví a řízení organizace

Dalším aspektem mající vliv na reportování společensky odpovědných aktivit je vlastnictví a řízení daného subjektu. Touto problematikou se zabývá celá řada ekonomických předmětů (např. mikroekonomie). Jasná separace vlastnictví od správy podniku s sebou přináší situaci označovanou jako *principal-agent problem*, pro kterou je charakteristické protěžování zájmu a potřeb manažerů na úkor výhod plynoucí vlastníkům. Dalším rysem je asymetrie informací, kdy manažeři disponují větším množstvím často relevantnějších informací. Tyto skutečnosti mají následně opět dopad na obsah uveřejňovaných informací o CSR aktivitách. Pro snížení neshod mezi vedením a vlastníky podniku dochází jak k nárůstu finančního reportingu, tak logicky také k nárůstu poskytování konkrétních dat o společenské angažovanosti organizace (Kašparová, 2012). Reporting je dle Tagessona (2009) také typický pro státem vlastněné podniky, přičemž jako důvod je uváděna snaha o rozšíření společenské odpovědnosti jako takové. Stát se v tomto případě stává určitým vzorem pro soukromé organizace.

3.2.3 Kapitálová potřeba

K základním aspektům ovlivňující vlastnosti reportování o CSR patří také potřeba získávání kapitálu. Úplnost a aktuálnost informací je jedním ze stěžejních požadavků většiny investorů. Dlouhodobý a kvalitní systém reportování je zásadním faktorem transparentnosti a vstřícnosti, které mohou mít značný dopad na rozhodování mezi více investičními variantami. Zachování míry uveřejňování informací o CSR aktivitách organizace i po získání investice vysvětluje především potřeba konstantní informovanosti investorů (Kašparová, 2012).

3.2.4 Sektor působnosti

Na základě představených teorií, konkrétně pak legitimacy theory a stakeholderské teorie, je dalším prvkem sektor či odvětví, do kterého organizace na základě své činnosti spadá. Zvýšený objem CSR reportů je možné zaznamenat především u činností, jejichž vykonáváním se podnik vystavuje větší pravděpodobnosti ohrožení oprávněnosti působení ve společnosti (vznik tzv. legitimacy gap) (Kašparová, 2012).

Míra vlivu aspektu odvětví je často odvislá také od již zmiňované velikosti a viditelnosti podniku. V ekonomické realitě se vyskytuje mnoho ekonomických sektorů (nejčastěji spojené s poskytováním služeb), ve kterých se organizace neobávají o svou legitimitu působení i přes značně negativní působení svých činností na okolní prostředí. Tento fakt je způsoben například malou viditelností či nízkou koncentrací konkurence. Za další faktor lze považovat riziko výskytu negativních dopadů typických pro dané odvětví. Nesporně je pak organizace vystavena většímu tlaku na uveřejňování informací korelujících s těmito konfliktními oblastmi (Kašparová, 2012).

3.2.5 Konkurenční prostředí

Faktor intenzity konkurence je vymezen dvěma podněty. Prvním důvodem pro uvedení tohoto aspektu je zveřejňování dat o společenské odpovědnosti pro účely rozhodování potenciálních investorů. Ti při svém rozhodování o alokaci prostředků analyzují relevantnost a úplnost poskytovaných informací ve srovnání s podniky podobnými, nejčastěji konkurenčními. Druhým podnětem je odlišení se od konkurence. Největší přínos diferenciací je patrný v situaci, kdy organizace jako jedna z prvních začíná reportovat o své společenské angažovanosti. S postupným nárůstem reportingu i

ze strany konkurence se tato výhoda postupně vytrácí a naopak se uveřejňování těchto informací stává nedílnou součástí činností organizací (Kašparová, 2012).

3.2.6 Rutina

Dalším faktorem mající vliv na CSR reportování je rutina v této činnosti. Nejznatelnější rozdíl, který vyplývá z dlouhodobého a kontinuálního reportování, je v rozsahu a kvalitě samotných zpráv. Logickou výhodou je pak možnost historického porovnávání dat (Kašparová, 2012).

3.2.7 Kultura

Posledním charakterizovaným prvkem tohoto výčtu s dopadem na uveřejňování údajů o CSR je kulturní prostředí. Je nutné brát v potaz jak oblast, ve které organizace působí, tak ze které pochází. Tento fakt podporuje například skutečnost, že podniky původně z rozvinutých zemí reportují o svých CSR činnostech v nerozvinutých oblastech, kde mají své pobočky. Naopak nevyspělost občanské společnosti a ekonomická zaostalost daného státu přispívají k malému tlaku a nízké kontrole společenské angažovanosti (Kašparová, 2012).

3.3 Standardy a normy

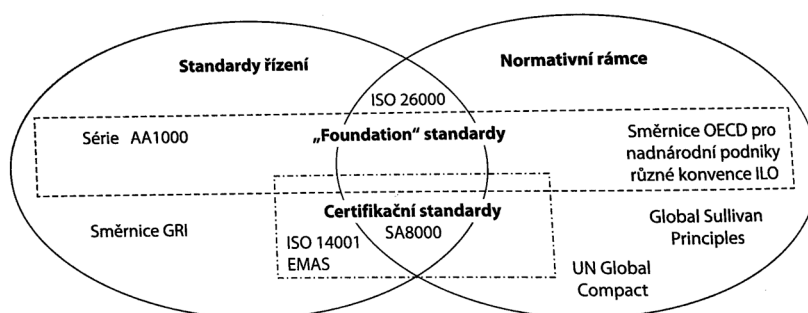
Vůbec nejdůležitějším faktorem, který má přímý vliv na měření a reportování o společenské odpovědnosti firem jsou samotné standardy a normy⁴ upravující tuto problematiku. Smyslem standardů je poskytnutí určitého návodu či postupu, jakým směrem by se měly aktivity organizace vyvíjet. Standardy lze považovat za metodiky či nástroje, jejímž pomocí lze společenskou odpovědnost řídit a měřit. I přesto, že uplatňování standardů přináší nespočet výhod (shodné s výhodami CSR), objevují se také časté kritiky této oblasti. Například Kašparová a Kunz (2013) považují za největší problém porovnání, zhodnocení a systematizace standardů, jejichž počet roste spolu se zájmem o zavádění samotnými organizacemi. Právě intervence z řad akademiků a dobrovolných iniciativ by mohla napomoci zejména při výběru jednotlivých standardů, porozumění jejich možného propojení a k posílení transparentnosti v této oblasti. K dalším kritikám pak patří zavádění nástrojů měření pouze *pro forma* či chybějící nástroje ke zpětnému auditu (Leipziger, 2010; Zadražilová, 2011).

⁴ Pro účely této práce není mezi pojmem standard a norma žádný definiční rozdíl.

3.3.1 Klasifikace

V současnosti existuje celá řada standardů upravující společenskou odpovědnost. Tato rozmanitost je podpořena především zvýšeným zájmem a nejednotností teoretického ukotvení konceptu CSR. Při studiu literatury lze ovšem dojít k závěru, že nejčastěji je aplikováno základní dělení dle Leipziger (2010), která rozděluje standardy na **procesně** a **výkonnostně orientované**. Výkonnostní standardy (normativní rámce) jsou koncentrované na formulaci měřítek společenské odpovědnosti, naopak procesní standardy (standardy řízení) se spolu s touto formulací zaměřují také na vymezení oblastí, jako například reportování, komunikace se stakeholdery aj. Na obrázku č. 5 níže lze vidět grafické znázornění výše uvedeného členění spolu se zařazením konkrétních standardů.

Obr. č. 5: Utřídění standardů společenské odpovědnosti



Zdroj: Kašparová a Kunz, 2013

Na obrázku je možné také vidět detailnější dělení, které se prolíná jak s procesně, tak s výkonnostně orientovanými standardy. Prvním jsou **Foundation standardy**, typické definováním nových oblastí zájmu a jejich popisem pomocí tzv. best practice (osvědčená praxe). Druhým vymezením jsou **Certifikační standardy**, jenž značí povinnost osvědčení aplikace zvolené metodiky (Kašparová a Kunz, 2013).

3.3.2 Charakteristika vybraných standardů

V této kapitole jsou stručně představeny a charakterizovány vybrané standardy společenské odpovědnosti firem. Výběr níže charakterizovaných standardů je zvolen na základě dostupnosti a relevantnosti poskytovaných dat a vzhledem k míře využívání standardů. K podobné selekci se ve své knize přiklání také Basl, Buchalcevoová a Gála, (2013). Jednotlivé charakteristiky vybraných standardů jsou následně podrobeny detailní komparaci.

AccountingAbility/Assurance Standard (AA 1000)

Účelem standardu, jenž vznikl v roce 1999 v Londýně, je poskytnout organizacím mezinárodně uznávaný a bezplatný rámec pro porozumění, implementaci, aplikaci a vyhodnocení CSR v organizaci. Standard je složen ze dvou částí, jenž jsou zaměřeny na dosahování udržitelnosti a komunikaci se zájmovými skupinami. Standard je uplatnitelný na jakoukoli organizaci, přičemž vyhodnocení jednotlivých faktorů není hodnoceno na základě splnění, ale na základě časové a věcné charakteristiky daného faktoru (Accountability, online, 2017).

Global Reporting Initiative (GRI)

Nezávislá organizace se sídlem v Nizozemí si klade za cíl vytvoření globálního rámce udržitelného výkaznictví, jehož využitelnost by nebyla omezena žádným faktorem (velikost podniku, sektor působnosti aj.). Konkrétní dokumentace GRI zahrnuje výčet kvalitativních a kvantitativních indikátorů výkonu v oblasti udržitelného podnikání, a to spolu s jejich definicí. Takto vyhodnocená data jsou pak dle pokynů směrnice zpracována do reportů, jejichž cílem je mimo jiné zavedení jednotné formy výkaznictví podporující kvalitnější komparaci dat. K pozitivní kritice patří zejména vyváženost celého reportingu, kdy organizace musí hodnotit veškerá obsažená kritéria ve zvolené aplikační úrovni (C, B či A). Jsou eliminovány případy, kdy kupříkladu organizace s negativním dopadem na životní prostředí hodnotí pouze data ze sociální oblasti. Poslední aktualizace (G4) z roku 2013 pak nabízí porovnání a propojení jednotlivých indikátorů s normou ISO 26000 (Zadrazilová, 2011; Basl, Buchalcevodá a Gála, 2013).

Mezinárodní norma pro sociální odpovědnost (ISO 26000)

V roce 2004 došlo ke spuštění procesu, jehož cílem bylo vytvoření mezinárodní dobrovolné normy pro různorodé organizace, která má mít za cíl zejména stanovení jednotné terminologie, vysvětlení historického a současného kontextu CSR, identifikaci zásad a principů a v neposlední řadě také měření a vykazování výkonnosti v této oblasti. Necertifikační norma ISO 26000, platná od roku 2011, je oceňována především pro svůj proces vývoje, na němž se podílelo přes 500 expertů a organizací, jenž reprezentují jak komerční, tak nekomerční sféru (ISO, online, 2017).

Social Accountability (SA 8000)

Poslední popisovanou a analyzovanou CSR normou bude standard SA 8000, jenž vychází z mezinárodních lidskoprávních úmluv. Norma je rozčleněna na 9 částí, přičemž obsahem je jak postup řízení, tak metodika hodnocení ve formě soustavy ukazatelů. Nedílnou součástí normy je také odpovědná správa svých dodavatelských řetězců. Požadavkem na audit činností je nezávislé ověření třetí stranou, což řadí standard jako jeden z mála do oblasti certifikovaných (Kuldová, 2010; Basl, Buchalcevová a Gála, 2013).

3.3.3 Využívání standardů

Dle dat užívání standardů a norem v praxi lze vysledovat vyšší zájem o procesní standarty. Tento fakt je podpořen především využíváním standardu GRI. Dle výzkumu KPMG (2015) je vůbec nejvyužívanějším standardem právě zmiňovaný GRI. Tento standard využívá 60 % ze všech zkoumaných reportujících organizací na celém světě. Při zkoumání míry užití u samostatně vykazovaných CSR reportů, dosahuje podíl dokonce 72 %. Tato skutečnost je dle Bartelse (2015) ovlivněna především samotným historickým vývojem, kdy GRI standard nebyl vytvářen s cílem integrovaného reportingu. Určitým zlom by mohla přinést výše popisovaná aktualizace G4, nicméně výsledky dopadu této aktualizace nejsou v současnosti pro její aktuálnost dostupné. Nejvíce je standard GRI využíván v Americe (74 % podílu), mezi 50–60 % využití je pak u organizací z ostatních částí světa.

Pokud by se ovšem porovnávalo využívání jednotlivých typů bez GRI, je zde větší náklonost organizací k výkonnostně orientovaným standardům (UN Global Compact, konvence ILO). Tato skutečnost je zapříčiněna zejména možností vykazování této aplikace pouze na úrovni *de facto*, tedy spíše formálně a takřka bezúčelově. Převážná část standardů z normativního rámce totiž nedisponuje konkrétní metodikou k měření výkonnosti v oblasti společenské odpovědnosti (Kašparová a Kunz, 2013).

3.3.4 Komparace⁵

V této části práci jsou na základě analýzy odpovídajících dokumentů, převážně metodik, srovnány výše představené standarty upravující společensky odpovědné chování firem. Prvním kritériem, dle kterého je možné standarty dělit, je pokrývání oblastí. Konkrétně

⁵ Komparace vychází z porovnání metodik a ostatních materiálů zvolených standardů.

se jedná o pilíře CSR, tedy o ekonomický, environmentální a sociální pilíř. Jak lze vidět v tabulce č. 1 níže, kromě normy SA 8000, pokrývají standardy každou oblast. Pokrytí pouze sociální oblasti a části ekonomické oblasti u normy SA 8000 není nikterak limitující, poněvadž již z charakteristiky normy výše je patrné její sociální zaměření.

Tabulka č. 1: Obsahová náplň standardů (dle pilířů CSR)

Standard/norma	Pilíř CSR		
	Ekonomický	Environmentální	Sociální
AA 1000	✓	✓	✓
GRI	✓	✓	✓
ISO 26000	✓	✓	✓
SA 8000	částečně	✗	✓

Zdroj: vlastní zpracování, 2017

Při hlubší analýze ekonomické oblasti lze vyvodit závěry, že níže uvedená témata jsou zcela pokryta pouze standardem GRI a ISO 26000. Kromě zmiňovaného důvodu u normy SA 8000 je nutno také zmínit důvod nepokrytí dílčích témat standardem AA 1000. Tato norma ve své metodice zahrnuje pouze téma hospodářské výkonnosti, nicméně nejsou již nejsou vymezeny dílčí podoblasti ekonomického pilíře (viz tabulka č. 2). Za zmínku stojí také oblast *systemy řízení*, která je na rozhraní ekonomického a sociálního pilíře. Pro účely této práce jsou systémy řízení zařazeny do pilíře ekonomického.

Tabulka č. 2: Pokrytí podoblastí ekonomického pilíře

Standard/norma	Podoblasti ekonomického pilíře			
	Hospodářská výkonnost	Oblast investic	Systémy řízení	Finanční vývoj a platební morálka
AA 1000	✓	✗	✗	✗
GRI	✓	✓	✓	✓
ISO 26000	✓	✓	✓	✓
SA 8000	✗	✗	✓	✗

Zdroj: vlastní zpracování, 2017

Mírně nesourodějších výsledků je dosaženo, na rozdíl od ekonomického pilíře, při analýze pokrytí dílčích podoblastí environmentálního pilíře. Sociálně orientovaná norma SA 8000 nepokrývá ani jedno z dílčích témat. Podobná situace je také u standardu AA 1000, který identicky jako u ekonomického pilíře popisuje pouze podoblast dopadu produktů a služeb na ochranu životního prostředí, ovšem obsah a požadovaná kvalita dalších specifik této oblasti vymezeny nejsou. Při vzájemné komparaci norem GRI a ISO 26000, které pokrývají většinu podoblastí, je rozdíl pouze

u podoblasti dopadů produktů a služeb na životní prostředí, kterou norma ISO 26000 nepokrývá (viz tabulka č. 3).

Tabulka č. 3: Pokrytí podoblastí environmentálního pilíře

Standard/norma	Podoblasti environmentálního pilíře		
	Materiály a zdroje	Dopad produktů a služeb	Emise a recyklace odpadů
AA 1000	✘	✓	✘
GRI	✓	✓	✓
ISO 26000	✓	✘	✓
SA 8000	✘	✘	✘

Zdroj: vlastní zpracování, 2017

Největší množství jednotlivých podoblastí vybraných standardů je u sociálního pilíře. Mezi oblastí, jež jsou pokryty všemi čtyřmi standardy patří *Lidská práva* a *Vztahy se zaměstnanci*. Pro normu AA 1000 je to pak spolu s podoblastí *Zákaznická odpovědnost produktů* konečný výčet pokrývaných oblastí. Norma ISO 26 000 nedefinuje a neposkytuje metodiku měření u podoblasti *Osobní rozvoj zaměstnanců*, nicméně v zaměstnanecké problematice vymezuje podoblast *Vztahy se zaměstnanci*. Na rozdíl od GRI se pak norma ISO zaměřuje, stejně jako standard SA 8000, na sféru *Komunita* (viz tabulka č. 4).

Tabulka č. 4: Pokrytí podoblastí sociálního pilíře

Standard/norma	Podoblasti sociálního pilíře			
	Lidská práva	Dětská a nucená práce	Vztah se zaměstnanci	Zákaznická odpovědnost produktů
AA 1000	✓	✘	✓	✓
GRI	✓	✓	✓	✓
ISO 26000	✓	✘	✓	✓
SA 8000	✓	✓	✓	✘
Standard/norma	Osobní rozvoj zaměstnanců	Komunita	Partneři - dodavatelský řetězec	
AA 1000	✘	✘	✘	
GRI	✓	✘	✓	
ISO 26000	✘	✓	✓	
SA 8000	✓	✓	✓	

Zdroj: vlastní zpracování, 2017

Výsledky srovnání standardů z obecných hledisek jsou vyobrazeny v tabulce č. 5 níže, jež je rozdělena na dvě části oddělené dvojitou čarou. Horní část se zaměřuje na obecné charakteristiky, spodní pak na oblasti s vlivem na měření a vykazování společensky odpovědných aktivit. Všechny standardy jsou sestaveny tak, aby

vyhovovaly organizacím různých velikostí, z různých sektorů ekonomik, a to po celém světě. Zároveň je u všech norem výslovně vymezeno řízení na základě konzultace se stakeholders. Všechny standardy obsahují ve svém obsahu požadavek na vykazování reportů. Stejně tak všechny standardy zahrnují detailní pokyny a indikátory k implementaci a měření výkonnosti. I přesto, že normy jsou veřejně přístupné, jejich aplikace se může finančně lišit. Například certifikovaná norma SA 8000 doporučuje ověření minimálně 3 externími subjekty, což se prokazatelně odrazí na nákladovosti. Rozdílná je také situace u nároku na verifikaci vykazované závěrečné zprávy či u vymezení požadavků na její obsah.

Tabulka č. 5: Komparace standardů dle obecných kritérií a oblastí měření/reportování CSR

Oblast komparace	Standard/norma			
	AA 1000	GRI	ISO 26000	SA 8000
Velikost organizace	vše	vše	vše	vše
Území uplatnění	celosvětově	celosvětově	celosvětově	celosvětově
Sektorová omezení	vše	vše	vše	vše
Interakce zájmových skupin	požadováno	požadováno	požadováno	požadováno
Reportování	požadováno	požadováno	požadováno	požadováno
Pokyny implementace	ano	ano	ano	ano
Ukazatelé výkonnosti	ano	ano	ano	ano
Verifikace reportu	ano	ano	výzva	ne
Požadavky na obsah	všeobecné	všeobecné	konkrétní	konkrétní

Zdroj: vlastní zpracování, 2017

3.3.4.1 Závěry komparace

Při závěrečném zhodnocení vzájemné komparace vybraných standardů lze říci, že především v obecné oblasti a v nárocích na měření a reporting jsou všechny normy velice podobné. Při evaluaci výsledků pokrytí podoblastí lze u jednotlivých standardů zaznamenat rozdílné výsledky. Největší pokrytí je u standardů GRI a ISO 26000, kdy GRI pokrývá 13 ze 14 podoblastí a norma ISO 26 000 se zabývá 11 podoblastmi. Dlužno ovšem poznamenat, že existuje pouze 6 podoblastí napříč zkoumanými pilíři, kterými se zabývají alespoň tři standardy. Dále byly identifikovány pouze dvě podoblasti, jimiž se zabývají všechny standardy, obě tyto podoblasti vycházejí ze sociálního pilíře CSR. Jak je zmíněno u charakteristiky normy GRI, určitým trendem je porovnávání či propojování různých standardů (např. GRI a ISO 26000), což může mít v budoucnu pozitivní vliv především na rozsah pokrytí

jednotlivých pilířů. Naopak společným nedostatkem pro porovnávané formy je jejich rozsáhlost, kdy například metodika k normě GRI čítá zhruba 200 stran. Výsledky vzájemné komparace jsou dále porovnávány s výsledky dotazníkové šetření v další části práce.

3.4 Důvody a výhody měření a reportování o CSR

Pro účely této práce je na důvody, jež vedou organizace k měření a reportování o společenské odpovědnosti, nahlíženo čistě z praktického hlediska. Jinak řečeno jsou tyto argumenty podloženy realizovanými výzkumy a studii agentur KPMG a Ernst & Young. Společnost KPMG pracuje ve výzkumu se vzorkem 250 firem⁶, agentura Ernst & Young pak ve spolupráci s Boston College Center for Corporate Citizenship oslovila 579 organizací (z čehož 391 aktivně reportuje o CSR) (BCCCC, 2013; KPMG 2008; 2011).

Při srovnání výsledků studií společnosti KPMG mezi roky 2005–2011 (viz tabulka č. 6) je možné vypožorovat, že výčet důvodů zůstává nemění, mění se ovšem pořadí mezi těmito argumenty pro zavádění měření a reportingu. Zatímco před dvanácti lety byly *Ekonomické důvody* (zisk či hodnota společnosti) se 74 % stěžejním důvodem, v roce 2011, kdy společnost zahrнула tuto problematiku do svých studií naposledy, se tyto důvody umístily na šesté až sedmé pozici se 32 %. Nutno podotknout, že ještě v roce 2008 jim bylo přiděleno dotazovanými společnostmi 68 %. Opačný vývoj preferencí zaznamenal důvod v podobě *Reputace a značky*. Ta v roce 2005 byla důvodem pouze pro 27 % společností, o tři roky později již pro 55 % a při posledním měření dokonce pro 67 %, čímž se stala vůbec nejčastěji voleným důvodem. Daleko menší volatilitu lze zaznamenat u příčiny v podobě *Etických důvodů*, které se dlouhodobě pohybují mezi nejčastější volenou možností. Stejně tak *Motivace a loajalita zaměstnanců* dosahuje ve všech měřeních okolo 50 % a stává se nejčastěji 3.–4. voleným důvodem k reportingu. Ostatní důvody v rámci šestiletého měření nevykazují výrazně rostoucí či klesající trend a nedá se tedy očekávat, že by se měly do budoucna stát jedním z hlavních argumentů pro zavádění měření CSR. Jedním z uváděných příkladů, který agreguje většinu citovaných důvodů je kupříkladu zelený ekologický produkt

⁶ 250 celosvětově největších firem dle žebříčku Fortune Global 500, který každoročně hodnotí firmy dle dosažených výnosů (Time, online, 2017).

(např. LED žárovka). Tyto produkty zlepšují společnosti reputaci, vycházejí z inovativního řešení či jsou reakcí na etické dilemata společnosti (KPMG 2008; 2011).

Tabulka č. 6: Důvody k zavedení měření a reportování o CSR aktivitách dle výzkumů KPMG za roky 2005, 2008 a 2011 (v %)

Důvody	r. 2005	r. 2008	r. 2011
Reputace nebo značka	27	55	67
Etické důvody	53	69	58
Motivace zaměstnanců	47	52	44
Inovace a učení se	53	55	44
Risk management a snižování rizik	47	35	35
Přístup ke kapitálu nebo zvyšování hodnoty pro akcionáře	39	29	32
Ekonomické důvody	74	68	32
Vztahy s dodavateli	13	32	22
Posílení tržní pozice/podílu	21	22	22
Posílení vztahů se státními autoritami	9	21	18
Redukce nákladů	9	17	10

Zdroj: vlastní zpracování dle KPMG (2008; 2011), 2017

Pro srovnání jsou níže představeny důvody vedoucí k měření CSR dle studie Boston College Center for Corporate Citizenship a Ernst & Young z roku 2013. Dle výsledků výzkumu, stejně jako u výstupu studie KPMG z roku 2011, patří mezi nejčastější důvod *Pověst a zákaznická důvěra* (55 %). Druhým důvodem je zvolena *Zaměstnanecká loajalita* (36 %). *Ekonomické důvody* v podobě zajištění dlouhodobé ziskovosti jsou zvoleny pouze 23 % dotazovaných organizací, a opět potvrzují trend studií společnosti KPMG. (BCCCC, 2013).

Všechny výše uvedené důvody vycházející ze zkušeností firem se shodují s důvody uváděnými mnoha autory či institucemi, jako příklad lze uvést Hooghiemstra (2000) či Global Compact UN.

Vzhledem k faktu, že se výhody plynoucí z hodnocení a zveřejňování společensky odpovědných aktivit organizace do značné míry překrývají s výhodami zavedení samotného CSR (viz kapitola 2.5 Argumentace pro uplatňování CSR), bude pro připomenutí uveden pouze stručný výčet. Shoda výhod vychází z přesvědčení, že většina argumentů pro samotné CSR je dosažena právě v důsledku jeho měření a reportování. Dle Kašparové (2011) mezi přínosy reportingu patří: transparentnost, konkurenční positioning, tvorba image, motivace zaměstnanců, proaktivní řízení rizik, možnost získávání kapitálu, společenské právo podnikat či podpora inovací a systémů řízení.

3.5 Analýza reportování o CSR dle vybraných faktorů

V následujících podkapitolách je komplexně analyzována situace v oblasti měření a reportování o CSR. Pro tyto účely je vycházeno z dostupných studií, kdy největší množství dat k této tématice vykazuje dlouhodobě síť poradenských společností KPMG. Její studie jsou pak vhodně doplněny ostatními dostupnými daty. V práci jsou vždy využívána nejaktuálnější dostupná data, nicméně v některých částech jsou z důvodu jejich další neaktualizace využita data starší (např. rok 2011). Důvodem je pak skutečnost, kdy monitoring daných aspektů je ve vykazovaných studiích na určité období pozastaven či ukončen.

3.5.1 Teritoriální faktor

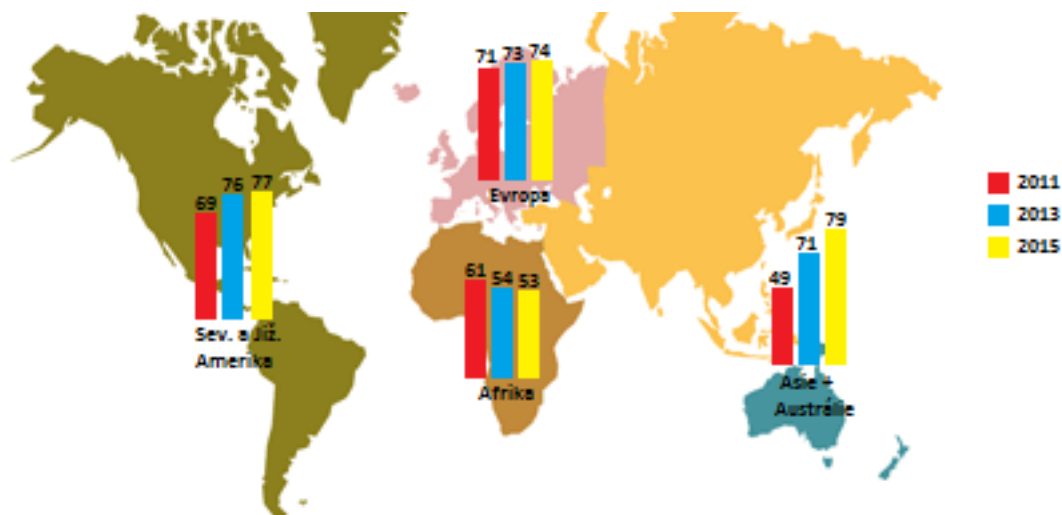
Aktuální vývojové trendy v územních rozdílech vyplývají z výzkumu společnosti KPMG (2015). Tato studie porovnává procentní podíl reportujících organizací na vzorku 4 500 firem dle metodiky výběru N100⁷. Na grafice (obr. č. 6) níže lze vidět znatelný nárůst asijských firem reportujících o svých CSR aktivitách, který je způsobený převážně situací v Indii, Taiwanu či Jižní Koreji. V těchto zemích došlo za poslední roky k zákonným úpravám v povinnosti měření a zveřejňování CSR dat. Na Taiwanu se jedná o zákonný požadavek týkající se velkých firem kotovaných na taiwanské burze. Nejdříve se povinnost týkala od roku 2014 zhruba 200 firem z chemického sektoru či finančnictví, od roku 2016 zasáhla povinnost také podniku v těžkém průmyslu či menší společnosti. Podobná situace se týká i Indie, kde tamní vláda nařídila velkým společnostem od roku 2013 vydávat mandatorní reporty o svých společensky (především sociálně) odpovědných aktivitách. V důsledku tohoto opatření, které se dotklo všech sledovaných firem, se stala Indie v rámci měření zemí s největším (100%) podílem reportujících firem (Ioannou a Serafeim, 2014; KPMG, 2015).

Menší nárůst vykazují také Evropa a severo i jihoamerické státy. Slabší výsledky evropských firem jsou ovlivněny především rozdílnou situací v západní a východní Evropě. Pokud by došlo k separaci těchto regionů, západoevropské státy by dosahovali 79 % reportujících firem, naopak východoevropské pak pouze 61 %. Do budoucna by ovšem měl být takto markantní rozdíl smazán v důsledku zavedení směrnice

⁷ 100 největších firem (dle výnosů) v každé z 45 vybraných zemí z celého světa.

o povinnosti nefinančního reportingu (zasáhne zhruba 6 000 firem), jež bude detailněji rozebrána v další části práce (KPMG, 2015).

Obr. č. 6: Podíl reportujících organizací ve světě v letech 2011, 2013 a 2015 (v %)

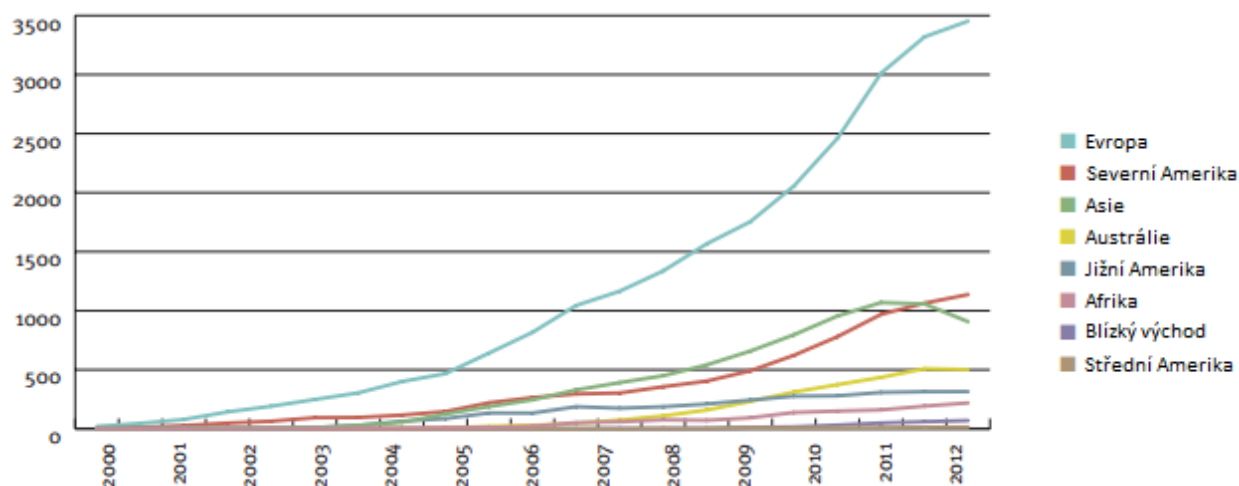


Zdroj: vlastní zpracování dle KPMG (2015), 2017

Na územní diferenciaci lze nahlížet také dle objemu reportování v daných regionech vyjádřené počtem zveřejněných reportů. Pro komparaci bude využita statistika nezávislé mezinárodní organizace Global Reporting Initiative, která prezentuje využívání metodik organizace v jednotlivých částech světa. Takřka polovina (47 %) všech vydaných reportů je z Evropy, 17% část připadá na asijské organizace, po 14 % si připisuje Severní i Jižní Amerika a naprostá minorita připadá zbylým částem světa (Nazari, online, 2012).

Tyto teritoriální rozdíly potvrzují také statistiky společnosti Corporate Register, která se snaží celosvětově dokumentovat a archivovat veškeré nefinanční (CSR) reporty. V současnosti eviduje přibližně 84 000 reportů o společenské odpovědnosti od necelých 14 000 firem a je tak největší světovým adresářem tohoto typu. Dosavadní vývoj dle posledních známých statistik společnosti z let 2000–2012 je možné vidět na grafu č. 1 níže. Výsledky z velké části potvrzují rozložení počtu reportujících organizací dle metodiky GRI (CR, online, 2017).

Graf. č. 1: Vývoj počtu reportů (v ks/rok) v databázi Corporate Register dle regionů v letech 2000–2012



Zdroj: Corporate Register, 2013

I přesto, že nejsou v současnosti k dispozici aktuální data o počtu reportujících firem dle jednotlivých regionů, spojením výše uvedeného lze predikovat značný nárůst počtu dostupných reportů především v asijských zemích. Tato predikce je podložena také aktuálně známými daty o konkrétních státech z databází Corporate Register, kde například mezi lety 2011–2015 vzrostl počet ročních reportů indických firem o 40 %, hongkongských firem o 50 % či taiwanských společností dokonce o 74 %. V těchto letech došlo naopak pouze k mírnému nárůstu (cca 20 %) u firem z USA, Brazílie či Velká Británie (UK). Mezi státy s největším podílem reportujících firem na zkoumaném vzorku patří dlouhodobě Japonsko, UK a Brazílie, v současnosti pak první příčky zaujímá zmiňovaná Indie, Indonésie či Malajsie (pro celý žebříček viz příloha A) (KPMG, 2011; 2015; CR, online, 2017).

3.5.2 Sektorový faktor

Další oblastí, kde lze zaznamenat značné rozdíly v měření a komunikování společensky odpovědných aktivit, je sektor či odvětví působnosti. Je logické, že největší očekávání bude kladeno na odvětví, které má již ze své podstaty předurčené značné dopady na společnost či životní prostředí. Tato racionální hypotéza je také potvrzena výzkumy KPMG z období 2008–2015 (viz tabulka č. 7), kdy firmy operující v oblasti hornictví (důlní činnost), vykazují největší podíl reportujících společností na celkovém počtu v daném odvětví. V roce 2008 to bylo přesně 67 % firem, mezi lety 2011–2015 pak konstantně 84 %. Mírně slabší výsledky (cca 80 %) vykazují společnosti v oblasti

poskytování služeb, v tomto případě konkrétně distributoři vody, plynu, topení či elektřiny. Mezi další oblasti průmyslu lze zmínit zpracování ropy a zemního plynu (75 % v roce 2015) či automobilový průmysl (79 % v roce 2015). Za zmínku nicméně stojí také nízký 67% podíl reportujících firem v oblasti dopravy, i přesto, že například emise vznikající spalováním paliv mají značný dopad na kvalitu životního prostředí. Dlužno ovšem dodat, že organizace operující v sektoru dopravy jsou vůbec nejlepší v kvalitě poskytnutých informací v tzv. *carbon reportech*⁸. Naopak zpracovatelé ropy a plynu jsou v tomto ohledu řazeny mezi nejméně iniciativní (KPMG 2011; 2015).

Tabulka č. 7: Procentní podíl reportujících organizací dle sektoru/odvětví v období let 2008–2015⁹

Sektorové zařazení	r. 2008	r. 2011	r. 2013	r. 2015
Automobilový průmysl	49%	▲ 78%	▲ 79%	▲ 79%
Chemický průmysl	62%	▲ 68%	▲ 68%	▲ 74%
Doprava	39%	▲ 57%	▲ 67%	▲ 67%
Informační a komunikační činnosti	58%	▲ 69%	▲ 74%	▲ 79%
Lesnictví a zpracování papíru	65%	▲ 84%	▼ 75%	▼ 71%
Maloobchod	26%	▲ 52%	▲ 60%	▼ 55%
Peněžnictví a pojištnictví	49%	▲ 61%	▲ 74%	▲ 75%
Průmysl zboží pro osobní potřebu a domácnosti	-	-	63%	▲ 73%
Stavebnictví	32%	▲ 65%	▲ 65%	▲ 70%
Stravování a pohostinství	47%	▲ 67%	▲ 71%	▲ 75%
Těžba a dobývání	67%	▲ 84%	▲ 84%	▲ 84%
Výroba a distribuce vody, elektřiny, plynu, tepla	62%	▲ 71%	▲ 79%	▲ 81%
Zdravotní a sociální péče	25%	▲ 64%	▼ 62%	▲ 66%
Zpracování kovů	41%	▲ 61%	▲ 68%	▼ 65%
Zpracování ropy a plynu	59%	▲ 69%	▲ 70%	▲ 75%

Zdroj: vlastní zpracování dle KPMG (2011; 2015), 2017

Nejmarkantnější nárůst podílu reportujících firem byl zaznamenán mezi lety 2008 a 2011, kdy došlo k růstu napříč všemi sledovanými sektory ekonomiky. Nejmenší nárůst byl okolo 6 procentních bodů, největší pak dokonce 39 procentních bodů. Situace se výrazně stabilizovala mezi lety 2013 a 2015, kdy se sedm z patnácti zkoumaných oblastí udrželo nad ¾ procentním podílem reportujících společností a nárůsty byly pouze v jednotkách procent. Nicméně mezi lety 2011 a 2015 došlo také k prvním poklesům počtu reportujících firem v daných odvětvích, například v sektoru lesnictví a zpracování papíru, zpracování kovů či maloobchodu. Právě maloobchod je ve všech sledovaných letech od roku 2011 sektor s nejmenším podílem firem reportujících

⁸ Zpráva organizací o emisích skleníkových plynů – greenhouse gas (GHG) emissions (Carbon Trust, online, 2017).

⁹ Barevné ikony značí změnu (růst/stagnace/pokles) oproti datům za předchozí měření.

o společensky odpovědných aktivitách. Dle nejnovějších údajů (2015) dosahuje tento podíl pouze 55 %. Míra dopadu společenské odpovědnosti v maloobchodním sektoru není nikterak rozdílná od ostatních odvětví, nicméně je zde problém s ohraničením aktivit, které se dějí s daným výrobkem či službou jak před, tak po vlastní činnosti maloobchodníka (KPMG, 2015). Dle Vincenta Neate (2015) stojí za tímto mimo jiné také fakt, že maloobchodníci mají složitější situaci při řízení CSR záležitostí. Oproti tomuto sektoru jsou například průmyslové organizace podrobovány větší kontrole ze strany neziskových organizací (jako příklad Neate uvádí Consumer Goods Forum). Tyto převážně neziskové organizace pak poskytují dostatečné množství informací či nástrojů k měření a reportování o CSR.

3.5.3 Faktor vlastnictví

Vlastnická struktura, konkrétně pak její konkrétní typ, je dalším z faktorů vykazující přímý vliv na hodnocení a vykazování společenské odpovědnosti firem. V čele výzkumu, jenž uvádí podíl organizací reportujících o CSR dle typu vlastnických práv, jsou se 69% podílem společnosti kótované na burze. Tato pozice vyplývá z logického zájmu a tlaku investorů a dalších klíčových stakeholders. Nicméně tuto skutečnost nelze chápat tak, že naopak soukromé podniky budou tuto činnost vykonávat v menší míře. Existuje mnoho soukromě vlastněných společností, u nichž je znatelná čistě dobrovolná (myšleno bez tlaku zájmových skupin) tendence o věcné a dlouhodobé vyobrazování pozice firmy v oblasti společenské odpovědnosti. Státem vlastněné společnosti či organizace zaujímají druhou pozici s 57 % (KPMG, 2015).

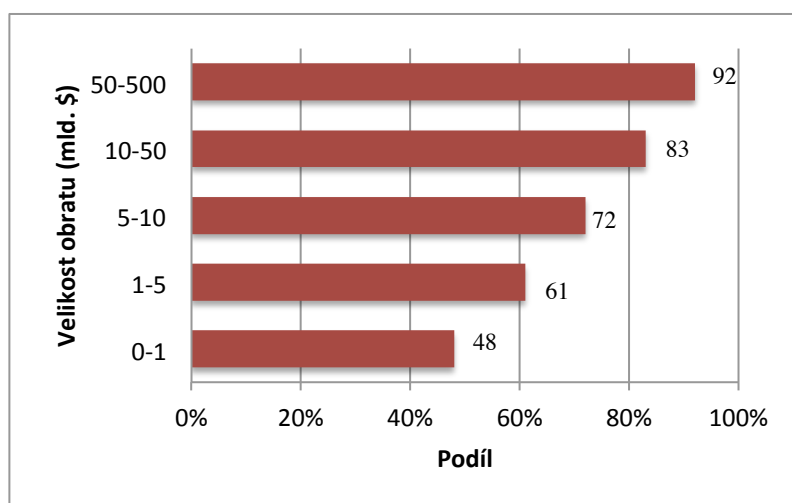
Tato hodnota je značně posílena především situací v Nizozemí, Švédsku a Dánsku. V těchto zemích došlo na základě politické aktivity ke stanovení úrovně komunikování o CSR, což má sloužit v konečném důsledku jako inspirace pro celé tržní prostředí. Švédská vláda kupříkladu v roce 2007 stanovila povinnost měření a vykazování společensky odpovědných aktivit státem vlastněným společností dle metodiky GRI. Dalším krokem pak bylo v roce 2012 stanovení konkrétních, měřitelných a relevantních cílů každou z těchto společností, přičemž od roku 2014 dochází k jejich postupnému dosahování. Cíle jsou stanovovány s důrazem na rozmanitost, otázky životního prostředí, lidská práva, pracovní podmínky, protikorupční opatření, podnikatelskou etiku a rovnost žen a mužů (Swedish Institute, online, 2016).

Mezi zkoumanými nadacemi reportuje zhruba každý druhý subjekt. 46%, respektive 45% podíl reportujících připadá na společnosti vlastněné tzv. profesionálními investory (private equity aj.) a družstva. V blízké budoucnosti se očekává především růst podílu reportujících společností spadajících pod soukromé kapitálové fondy. Tyto fondy vykázaly v Evropě v roce 2015 největší sumu proinvestovaného kapitálu od předkrizového roku 2008. Právě podílníci, neboli investoři, v těchto fondech vykazují rostoucí zájem o reporty nejen finančního charakteru (Invest Europe, 2016).

3.5.4 Velikostní faktor

Dle analyzovaných dat mnoha výzkumů (EIRIS, 2007; Line a Braun, 2007) je prokazatelné, že výkaznictví CSR aktivit je devízou především velkých společností. Velikost společností je možné definovat na základě mnoha faktorů, kupříkladu Evropská Unie k určení velikosti podniku využívá informace o počtu zaměstnanců, velikosti obratu a bilanční sumě ročních aktiv. Jeden z mála relevantních zveřejněných výzkumů (KPMG, 2011) využívá právě porovnání velikosti obratu. Jak lze vidět na grafu č. 2 níže, u společností s obratem 50–500 mld. \$ (dle metodiky EU velké podniky) nereportuje zhruba pouze každá desátá společnost. U obratu zhruba odpovídajícímu středním podnikům (10–50 mld. \$) je podíl vykazování čtyřpětinový. U malých a mikropodniků je pak znatelná sestupná tendence podílu reportujících společností, přičemž u zkoumaných mikropodniků měří a vykazuje svou společenskou odpovědnost pouze každá druhá organizace. Nutno podotknout, že výzkumu se účastnili podniky dle výše charakterizované metodiky N100, a tudíž mohou být výsledné podíly reportujících do značné míry ovlivněny právě úspěšností a logickým zvýšeným veřejným zájmem. K porovnání poslouží vlastní dotazníkové šetření autora, které je analyzováno v další části práce (MMR, online, 2017).

Graf č. 2: Procentní podíl reportujících organizací dle velikosti obrátu (v mld. \$) v roce 2011



Zdroj: vlastní zpracování dle KPMG (2011), 2017

Situace reportování právě mezi malými a středními podniky (MSP) je důležitá především pro jejich silnou pozici takřka ve většina národních ekonomik. Na příkladu EU, jejíž je ČR součástí, lze demonstrovat sílu, kdy malé a střední podnikání tvoří 99 % ekonom. subjektů celé EU. Dále MSP za posledních pět let vytvořily 85 % všech pracovních míst a v současnosti se podílí ze 2/3 na zaměstnanosti v soukromém sektoru. V ČR je situace takřka identická, kdy MSP tvoří 99,9% ekonomických subjektů a podíl na zaměstnanosti činí 60 % (MPO, online, 2014; COM, online, 2017).

Malé a střední podniky jsou často typické tím, že zakladatel, majitel i manažer je reprezentován jednou osobou. Tato skutečnost má dvojí dopad. První lze spatřit v nižším počtu zainteresovaných stran (chybí investoři, majitelé) a tím pádem v nižším tlaku. Na druhou stranu jsou v současnosti nové podniky zakládány spolu s vidinou uspokojení společenské potřeby na rozdíl od peněžní motivace v časech minulých. Často blízké vztahy se všemi zaměstnanci v MSP vycházejí z jejich nízkého počtu a mají za důsledek kvalitnější personální řízení, které je součástí sociálního pilíře. Velice důležitý vliv na stav měření a komunikování o CSR mají především kapitálové prostředky malých a středních podniků. Určitá finanční náročnost a tristní personální zajištění starající se o společenskou odpovědnost mají za následek značně nižší frekvenci komunikování o CSR, a to i přesto, že zmíněná skupina podniků se v této problematice aktivně iniciuje. Rostoucí podíl reportujících firem mezi MSP je pak často

způsoben zvyšováním požadavků od velkých společností na celý hodnotový řetězec, kam jako dodavatelé či odběratelé MSP spadají (Smith, online, 2013).

3.5.5 Obsahový faktor

Dalším z prvků, který vykazuje značně odlišné výsledky na základě porovnání určitých faktorů, je obsahová náplň konkrétních reportů. Takřka všechny výše zmíněné diference (velikost podniku, region a odvětví) mají značný vliv jak na reporting obecně, tak na samotnou oblast obsahu vydávaných zpráv. Na začátku této kapitoly je ovšem pozornost koncentrována na tendence a jejich postupné změny v zaměření vykazovaných zpráv (Kolk, 2010; CR, 2013).

Počátky měření a vykazování společensky odpovědných aktivit organizací jsou analyzovány od 80. let 20. století, kdy je naprostá většina zpráv zaměřena na oblasti týkající se ochrany životního prostředí. Postupný odklon pouze od této tematiky je znatelný od počátků 90. let. Od roku 1992 klesá zaměření reportů pouze na environmentální oblast z čtyř pětín na necelou polovinu. Tento trend se výrazně potvrzuje i o dalších deset let později (2012), kdy tvoří podíl pouze environmentální tematiky necelých 10 %. Podobnou situaci lze zaznamenat u reportů zaměřující se na ochranu životního prostředí a zdraví a bezpečnost (Kolk, 2010; CR, 2013).

Naopak rostoucí oblibu lze od přelomu tisíciletí zaznamenat v zaměření na tzv. oblast *Sustainability*¹⁰ a *CR reportů*¹¹. Nicméně dle definic pod čarou lze obsahové zaměření obou oblastí považovat do značné míry za totožné (pro účely této práce dále jen CSR reporty). Tento rostoucí trend ve vykazování ovšem za poslední 5 let stagnuje a naopak dochází k velice mírnému, nicméně dle mnoha studií do budoucna důležitému, trendu integrovaných (kombinovaných) reportů. Za počátek lze považovat rok 2010, kdy dochází ke vzniku mezinárodního výboru pro integrované výkaznictví (International Integrated Reporting Committee (IIRC)). Integrované reporty zahrnují jak finanční výkazy, tak výkazy nefinančního charakteru. Dle studie společnosti GRI (2015), jež se zaměřuje na očekávané trendy do roku 2025, se očekává integrace reportů z důvodu potřeb finančních investorů. Nutnost komplexnosti informací by měla mít za důsledek zmíněné provázání vykazovaných zpráv. Integrace zpráv by následně měla mít dopad

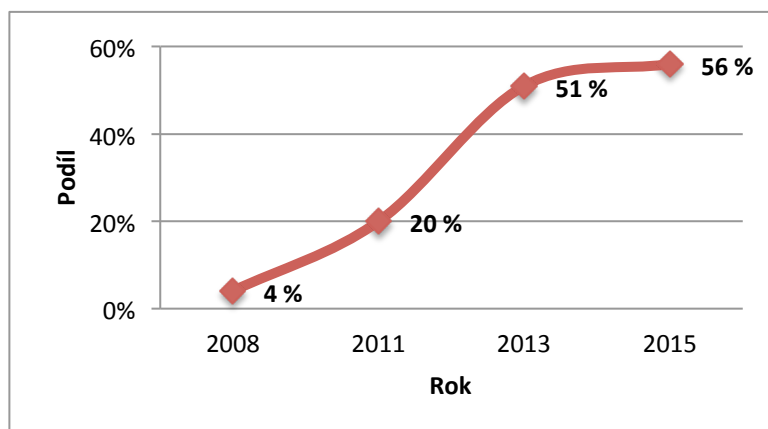
¹⁰ Sustainability report – oblasti ekonomická, environmentální a sociální (CR, 2013).

¹¹ CR report – oblasti ochrany přírody, zdraví a bezpečnosti, místní komunity a společenská témata (CR, 2013).

na peněžní kvantifikovatelnost jak kladných, tak záporných externalit souvisejících s CSR (GRI, 2015; IIRC, online, 2017).

Značný nárůst kombinovaných zpráv demonstruje také výzkum KPMG (2015), který je vidět na grafu č. 3. V současnosti (2015), dle metodiky N100, reportuje o svých společensky odpovědných aktivitách pomocí integrovaných reportů 56 % zkoumaných společností, přestože v roce 2008 byl tento podíl pouze 4%. Dle Bartelse (2015) je kromě výše zmíněného důvodu za tímto nárůstem také požadavek či zákonná povinnost ze strany burz a vládních rozhodnutí. I zde je tedy patrný vliv výše popsaných rozhodnutí regulátorů a vládních představitelů například na Taiwanu či v Jižní Koreji.

Graf č. 3: Procentní podíl vykazování pomocí integrovaných reportů mezi roky 2008–2015



Zdroj: vlastní zpracování dle KPMG (2015), 2017

Při zaměření na obsahové hledisko reportů porovnávané dle teritoriálního faktoru je situace více méně shodná na většině kontinentů. Mírné odchylky jsou patrné například na větším vykazování filantropických aktivit a práce s místní komunitou v USA či větší podíl integrovaných reportů u asijských a australských organizací. Dalším rozdílem mezi vykazováním evropských a amerických nadnárodních podniků je patrný v sociální oblasti. Americké podniky se zaměřují hlavně na tematiku menšin, naproti tomu evropské reporty obsahují témata spojená s genderovým aspektem a work-life balance problematikou (Kašparová, 2011).

Značné rozdíly v zaměření reportů lze identifikovat také v různé velikosti či sektoru působnosti organizace. Velké podniky mají větší podíl environmentálních a sociálních dat, přičemž jen minoritní skupina těchto velkých podniků vyjadřuje finanční hledisko

CSR aktivit. Sektorový faktor nemá nikterak neočekávané dopady na obsahy reportů. Detailnější zprávy o dopadech svých činností na životní prostředí podávají výrobní a zpracovatelské podniky, přičemž tuto aktivitu podporuje značné přijímání norem ISO (konkrétně ISO 14 000) (Kašparová, 2011).

3.5.6 Závěr analýzy

Dle výše provedené analýzy lze vyvodit určité dlouhodobé tendence v oblasti měření a reportování společensky odpovědných aktivit. Níže popsané trendy lze následně využít mimo jiné také pro odhad budoucího vývoje právě v této oblasti.

Z analyzovaných studií je patrné, že celosvětově dochází k růstu zájmu o měření a reportování, kdy nejznatelnější rozdíly jsou v posledních letech zaznamenány především na území Asie. Za tímto nárůstem u asijských států, ale nejen u nich, stojí především postupná zákonná regulace CSR aktivit. Na základě odvětvového porovnání lze dospět k závěru, že v současnosti jsou sektorové rozdíly (v podílu reportujících firem) spíše smazány a většina odvětví vykazuje spíše stagnující charakter. Největší prostor k růstu vykazuje sektor maloobchodu, který v porovnání se zbytkem sektorů dlouhodobě zaostává. Značný vliv na měření a reportování je patrný také v oblasti vlastnictví a velikosti organizací. Větší iniciativu lze zaznamenat u podniků pod veřejným zájmem (státní podniky, kotované společnosti). Co se velikosti týče, je zde patrná sestupná tendence spolu se zmenšujícím se obratem (velkostí) organizací. Po obsahové stránce je identifikován postupný přechod od jedno-pilířového zaměření ke komplexnímu CSR reporting. Spolu s touto tendencí je potřeba zmínit také trend v podobě integrovaného reportingu, tedy spojování závěrečných účetních výkazů s daty o CSR aktivitách.

3.6 Měření a vykazování CSR v ČR

V této kapitole je analyzován stav a případné vývojové tendence v oblasti měření a reportování o společenské odpovědnosti tuzemských firem a zahraničních firem na území České republiky.

Souhrnným měřítkem, jenž charakterizuje současnou situaci reportingu CSR, je celosvětové srovnání zemí dle míry reportujících firem. V porovnání sta největších firem dle metodiky N100 ze 45 zemí světa zaujímá ČR tristní 40. pozici. Ze zkoumaných tuzemských společností aktivně reportuje pouze necelá polovina

(42 %). Průměr všech 4 500 firem dosahuje hodnoty podílu reportujících 73 %, přičemž přes tuto průměrnou hodnotu se zařadily 2/3 států. Dalším nelichotivým zjištěním je fakt, že ČR je také nejhorším analyzovaným evropským státem. Pokud bychom porovnali pozici Česka s ostatními státy tzv. Víšeegrádské čtyřky, což je aliance středoevropských států s těsnou politickou a obchodní spoluprací, dojdeme ke zjištění, že kromě Maďarska (14. místo), jsou si státy v hodnotě podílu reportujících firem o CSR velmi podobné: Polsko 36. místo, Slovensko 38. místo (viz příloha A) (KPMG, 2015; VisegradFund, online, 2017).

Reportující organizace nejčastěji pochází z odvětví průmyslu, elektroniky a financí, a jedná se především o velké podniky. Při analýze podoby samotných reportů vykazovaných v rámci ČR vyplývá, že organizace nejčastěji (58 %) zahrnuje CSR reporty do svých výročních zpráv. Jedna třetina pak vytváří reporty separovaně od výroční zprávy. Očekávaný fenomén integrace finančního a nefinančního reportingu není zatím firmám na území ČR moc blízký, užívá ho necelá desetina organizací. Dalším porovnávaným aspektem je forma ověření vydaných zpráv o společenské odpovědnosti. Ověření může nabývat různých forem, přičemž nejčastěji se jedná o ověření auditorskou společností, komentář experta na danou oblast či verifikace nevládní organizací a akademiky. Na území ČR je cca jednou třetinou podniků využíváno ověření auditorskou či certifikační společností, komentář experta či neziskové organizace pak vykazuje ve svých reportech pouze 6 % organizací. Výsledky obou typů ověření jsou nicméně oproti celosvětovému zkoumanému vzorku o 10–12 % nižší (Kašparová, 2011; Hąbek a Wolniak, 2015). Dle Hyršlové a Kubáňkové (2015) stav reportingu o udržitelném rozvoji v ČR víceméně odpovídá tendencím ve světě. Autorky na základě analýzy mnoha výzkumů potvrzují fakt, že organizace využívají v současnosti převážně neintegrované vykazování, přičemž je zde znatelný odklon od vykazování pouze jednotlivých oblastí směrem ke komplexním CSR reportům.

Pro detailnější analýzu stavu měření a vykazování CSR v ČR poslouží výstupy z výzkumu mezi 100 firmami na základě umístění žebříčku *Czech top 100* (dle portálu www.czechtopy100.cz). Při zkoumání výročních zpráv těchto společností je zjištěno, že pouze 16 % firem zveřejňuje samostatné CSR reporty (zhruba o polovinu méně než uvádí Kašparová (2011), nicméně všechny firmy se alespoň minimálně zmíní o své společensky odpovědné iniciativě ve výroční zprávě. Tento fakt je ovlivněn zákonem

o účetnictví č. 563/1991 Sb., který byl změněn dle ustanovení novely č. 437/2003 Sb., a udává od 1.1.2014 povinnost dle § 21 odstavce (2) písmena *d* odpovídajícím společnostem uvést ve svých výročních zprávách finanční a nefinanční informace o aktivitách v oblasti ochrany životního prostředí a pracovněprávních vztazích. Při dalším zkoumání je zjištěno, že nad rámec výše zmíněných zákonných požadavků vykazuje informace o CSR 70 % organizací. Pouze u necelé třetiny lze tak identifikovat vykazování za účelem splnění zákona (Petera, Wágner a Boučková, 2014; Sagit, online, 2017).

Při postoupení zkoumaných dat metodice GRI byly vyvozeny závěry, že samostatně zveřejněné CSR reporty obsahovaly ze 46,6 % environmentální data, ze 31,3 % ekonomická data a z 22,1 % sociální data. Při provedení stejné analýzy u výročních zpráv je situace následující. Dle očekávání je ve všech výročních zprávách obsažena oblast ekonomická, v naprosté většině pak oblast sociální a jedna čtvrtina zpráv obsahuje environmentální data (Petera, Wágner a Boučková, 2014).

3.6.1 Regulace

Pro další rozvoj měření a vykazování společenské odpovědnosti firem působících v Česku, a nejen pro ně, bude stěžejní forma zákonné regulace této problematiky. Dle Ioannou a Serafeim (2014) existuje značná korelace mezi povinností reportingu a prioritizace společenské odpovědnosti zasažených firem. Oblastmi s největším dosaženým zlepšením jsou: řízení společnosti, zavádění etických kodexů, snižování míry korupce řízení zdrojů a odpadů a personální rozvoj. Jak již bylo zmíněno výše, v roce 2004 byla v důsledku novelizace zákona o účetnictví nařízena první zákonná povinnost pro část organizací. Druhá zákonná regulace se týká nařízení orgánů EU, které je podrobněji popsáno v následující kapitole.

3.7 Povinnost nefinančního reportingu

Dne 22. října 2014 byla Radou EU a Evropským parlamentem přijata Směrnice 2014/95/EU o uvádění nefinančních informací a informací týkajících se některých velkých podniků a skupin (dále jen směrnice). Toto přijetí znamená zákonnou úpravu povinnosti reportování o CSR pro členské státy EU, kam spadá také Česká republika. Tato směrnice zavádí povinnost zveřejňování níže vymezeným účetním jednotkám ve svých výročních zprávách data a informace z oblasti environmentální, sociální,

zaměstnaneckých otázek, lidských práv, korupce a úplatkářství. Dalším z požadavků je sdílení informací o diverzitě (věk, pohlaví, vzdělání, profesní zkušenosti) správních, řídicích a dozorčích orgánů organizací a jejich činností. Organizace mají mimo jiné povinnost zveřejňování popisu politik (strategií) v uvedených oblastech, výsledků těchto politik (strategií), hlavních rizik negativních dopadů a nefinančních klíčových ukazatelů výkonnosti, které se vztahují k příslušné podnikatelské činnosti. Směrnice nabývá účinnosti k 1.1.2017, tudíž první nefinanční reporty za účetní období roku 2017 budou zveřejňovány počátkem roku 2018 (Směrnice 2014/95/EU, online, 2014; Gregor, online, 2016).

3.7.1 Cíle směrnice

Stěžejním cílem směrnice je chápání a poznání možných dopadů činností organizací na okolní společnost. Data o těchto dopadech pak mají sloužit jak samotnému managementu, tak příslušným zájmovým skupinám. Obecnějším cílem je pak postupná inklinace k udržitelné evropské ekonomice. Jako inspiraci tohoto jednání lze označit přístupy pánů M.E. Portera a M.R. Kramera, kteří staví své koncepty na propojování ekonomických a společenských úspěchů. Definovanými cíli směrnice jsou:

- *„poskytnout firmám minimální standard pro posouzení a řešení rizik negativních dopadů;*
- *poskytnout investorům a veřejnosti informace o způsobu, jakým velké podniky přistupují k řešení negativních dopadů své činnosti;*
- *zajistit základní porovnatelnost zveřejňovaných informací“* (Směrnice 2014/95/EU, online, 2014; Gregor, online, 2016; MK Media, online, 2017).

Z důvodu snahy o minimalizaci administrativní zátěže jsou ve směrnici vymezeny pouze požadované typy informací, není zde ovšem definována konkrétní podoba či rozsah poskytovaných dat. Zveřejněné informace by nicméně měly svým charakterem vypovídat o výkonnosti a dopadech činností tohoto subjektu. Evropská komise také vydala konkrétní návod pro uveřejňování dat a informací. Součástí těchto pokynů jsou také KPI (klíčové ukazatele výkonnosti), jenž by měly přispět k užitečnosti, relevantnosti a možnosti vzájemnému porovnávání. Záměrem výše popsaného je snazší implementace nefinančního reportingu také v malých a středních podnicích (Směrnice 2014/95/EU, online, 2014; Gregor, online, 2016).

3.7.2 Subjekty

Dle popisu výše se směrnice dotkne pouze určitých subjektů v ekonomice. EU vymezuje tyto subjekty dle splnění všech následujících kritérií:

- „dosažení bilanční sumy 500 mil. Kč nebo ročního úhrn čistého obratu 1 mld. Kč;
- průměrný počet zaměstnanců v průběhu účetního období alespoň 500;
- jedná se o subjekt veřejného zájmu (kotované obchodní společnosti, banky, spořitelny a úvěrní družstva, pojišťovny nebo zajišťovny, penzijní společnosti a zdravotní pojišťovny)¹²“ (Směrnice 2014/95/EU, online, 2014; Gregor, online, 2016).

Dle těchto požadavků bude na základě dat Českého statistického úřadu zasaženo povinností nefinančního reportingu 26 společností. Pokud budeme ovšem uvažovat také možnost osvobození od reportování v důsledku vypracování zprávy v rámci konsolidačního celku (povinnost je na mateřské společnosti), bude se tato povinnost týkat pouze 5 ekonomických subjektů. Vzhledem k faktu, že v roce 2016 bylo v ČR 2,8 mil. ekonomických subjektů, je na zvážení dosažitelnost vytyčených cílů například v podobě postupné inklinace k udržitelné evropské ekonomice (ČSÚ, 2017).

3.7.3 Zveřejnění a formální ověření

Popsané informace nefinančního charakteru by měly být zveřejněny podnikem v jeho výroční zprávě, pokud se ovšem jedná o skupinu podniků, mají být informace uváděny v konsolidované zprávě. V případě, že podniky vypracovávají samostatný report o společenské odpovědnosti podniky, jsou od povinnosti osvobozeny. Tento report ovšem musí být veřejně dostupný, a to do půl roku od rozvahového dne organizace. Tato možnost má řadu kritiků. Jako příklad je možné uvést stanovisko koalice odpovědných investorů, dle kterého by měly být informace zveřejněny spolu s výročním zprávou, a to pro možnost praktického využití při investorských analýzách (Gregor, online, 2016; MK Media, online, 2017).

Spolu se zveřejněním směrnice ukládá také povinnost ověření nefinančního reportu statutárním auditorem (fyzická osoba, nikoliv auditorská společnost). Toto ověření se

¹² Jednotlivé členské státy mohou dále dle svého uvážení rozšířit či zúžit definici subjektu veřejného zájmu (tzv. transpozice) (Směrnice 2014/95/EU, online, 2014).

vztahuje pouze na řádnost zpracování reportu dle směrnice, nikoliv na věcný a kvalitativní audit poskytovaných informací. Závazné posouzení kvality zveřejněných informací přenechává EU na rozhodnutích jednotlivých členských států. V budoucnu se ovšem očekává, že státy postoupí tento požadavek svým zákonným normám a v důsledku toho se předpokládá postupná harmonizace v rámci celé EU (Gregor, online, 2016; MK Media, online, 2017).

4 Dotazníková šetření

Jak je popsáno v metodice výzkumu (viz kapitola 1.1 Výzkum), pro účely této diplomové práce byla realizována dvě dotazníková šetření. První šetření se zaměřovalo na **širokou veřejnost**, druhé pak na postoje a zkušenosti **organizací**. Obě šetření byla realizována za využití informačních technologií, konkrétně pak programu pro tvorbu dotazníků *Google Formulář*. Právě využití této cesty směřovalo ke značné úspoře času, finančních prostředků a v konečném důsledku je tento způsob šetrný k životnímu prostředí. Úspora času byla znatelná především při vyhodnocování získaných dat, poněvadž nebyla potřebná žádná transkripce z papírových formulářů. Dalším využitým počítačovým programem byla databáze firem *Albertina* od společnosti Bisnode. Databáze je volně přístupná v univerzitní knihovně ZČU. Tento program byl využit k získání veřejně dostupných kontaktních údajů, na než byl pak zasílán e-mail s odkazem na vytvořený dotazník. K distribuci dotazníků směřovaných k široké veřejnosti bylo využito především sociálních sítí.

Obě dotazníková šetření probíhala ve stejném období, a to od února do konce března 2017. Pilotáž dotazníků byla uskutečněna v období dvou týdnů před samotným sběrem dat. Součástí pilotáže bylo také konzultování relevantnosti možných získaných dat pro účely následného statického vyhodnocení.

V průběhu sběru dat bylo osloveno také 6 expertů (po třech z komerční a nekomerční sféry) s požadavkem na strukturované interview, jehož cílem je komplexnější pohled na konkrétní oblasti, jenž jsou součástí obou dotazníkových šetření. Zrealizovány byly dva rozhovory, a to s paní Ing. Klárou Kašparovou, Ph.D. z Masarykovy univerzity za neziskový sektor, a s paní Evou Horuckovou z CSR týmu Československé obchodní banky za ziskový sektor. Oblasti s konkrétními dotazy jsou uvedeny v příloze B.

4.1 Hypotézy

Pro účely obou dotazníkových šetření jsou stanoveny hypotézy, které jsou typické pro kvantitativní typy výzkumů. Hypotézy jsou rozděleny dle zaměření dotazníků, a to pro veřejnost a organizace. Evaluace následujících hypotéz je pak součástí závěrečné části analýzy získaných dat.

Dotazníkové šetření pro veřejnost

- **Hypotéza č. 1:** *Alespoň polovina dotazovaných má povědomí o koncepci CSR.*
- **Hypotéza č. 2:** *Respondenty nejvíce upřednostňovanou oblastí je oblast sociální, následovaná environmentální a ekonomickou oblastí.*

Dotazníkové šetření pro organizace

- **Hypotéza č. 3:** *Maximálně čtvrtina organizací jakýmkoli způsobem uplatňuje principy CSR.*
- **Hypotéza č. 4:** *Mezi stakeholdery, jenž nejvíce využívají zprávy o CSR aktivitách jsou dle organizací zaměstnanci či odbory.*

4.2 Statistické metody

Při analýze získaných dat jsou využity níže popsané statistické metody. Kromě klasického porovnání procentních podílů k sumě získaných dat, jsou u číselných odpovědí využity následující hodnoty statistického znaku:

- **Aritmetický průměr** značí obvyklou hodnotu ze souboru hodnot. Aritmetický průměr se zjišťuje součtem hodnot, který je pak vydělen jejich počtem (Hendl, 2006).
- **Medián** značí hodnotu, která se nachází přesně uprostřed všech hodnot seřazených do neklesající posloupnosti. Medián tedy rozděluje všechny hodnoty na dvě poloviny (Hendl, 2006).
- **Modus** značí hodnotu, která má největší třídní četnost, tzn. hodnota, která se nejčastěji vyskytuje (Hendl, 2006).

Využití těchto tří hodnot je zvoleno k co největšímu vyvarování se možným statistickým chybám, jenž by mohly vzniknout pouze u využití jedné charakteristiky zkoumaných znaků. Pro relevantnost této práce není potřeba uvádět teoretické vzorce

výpočtu. Při analýze jsou tato data získána jako výstupy z funkcí (AVERAGE, MODE, MEDIAN) programu *Excel* (Hendl, 2006).

Vyhodnocení nečíselných dat probíhá, kromě již zmíněného porovnávání procentních podílů, také za pomoci kontingenčních tabulek. V těchto tabulkách, jenž obsahují vždy minimálně 2 sloupce a 2 řádky, je měřena **nezávislost dat pomocí Chí-kvadrát testu (χ^2)**. Měření nezávislosti probíhá skrze čtyři níže popsané kroky.

- 1) **Formulace hypotézy.** Formulovány jsou dvě hypotézy (**H0** a **H1**), přičemž nulová hypotéza vždy říká, že mezi zkoumanými daty není závislost. H1 pak tvrdí opak.
- 2) **Volba testové statistiky.** Vzorec (1) pro výpočet testového kritéria na základě zvolené statistiky.

$$\chi^2 = \sum_{i=1}^r \sum_{j=1}^s \frac{\left(n_{ij} - \frac{n_i n_j}{n} \right)^2}{\frac{n_i n_j}{n}} \quad (1)$$

kde: χ^2 ... hodnota testové kritéria

n ... rozsah výběru

n_i/n_j ... marginální četnosti (součty četností v řádcích a sloupcích)

r ... počet řádků kontingenční tabulky

s ... počet sloupců kontingenční tabulky.

- 3) **Kritický obor.** Kritická hodnota vychází ze zvolené hladiny významnosti α a stupňů volnosti. Hladina významnosti je míra ochoty smířit se s výskytem chyby (nejčastěji se využívá 1 nebo 5 %). Stupně volnosti se pak vypočítají jako (počet řádků konting. tabulky - 1)*(počet sloupců konting. tabulky - 1). V programu *Excel* lze využít k výpočtu funkci CHIINV.
- 4) **Rozhodnutí.** Posledním krokem je porovnání hodnoty testové statistiky a kritického oboru. Pokud leží hodnota v kritickém oboru, zamítáme nulovou hypotézu a lze tvrdit, že mezi zkoumanými daty existuje závislost a to na zvolené hladině významnosti α (Hendl, 2006).

Vzhledem k dostupnosti množství statistických softwarů, lze jejich využitím většinu výše popsaných kroků přeskočit. V práci je tedy vždy vyobrazena zkoumaná kontingenční tabulka a analyzovány výsledky. Exportovaná data ze statistického softwaru¹³ jsou k nahlédnutí v přílohách práce. K interpretaci výsledků je u této statistické metody postačující tzv. *p-value/p-hodnota*, což je nejmenší hodnota α , při které ještě zamítneme H_0 a přijímáme H_1 . Jinak řečeno, čím menší *p-hodnotu* testová statistika vykazuje, tím silnější závislost (test) je. (Hendl, 2006).

Vyhodnocení pomocí testu nezávislosti je možné provést pouze u středních a velkých vzorků. Vzhledem k faktu, že počet respondentů v dotazníkovém šetření mezi organizacemi čítá pouze 47, není na výsledky dotazníkového šetření organizací tento test aplikován. Naopak na data z dotazníkového šetření mezi veřejností test uplatněn je, poněvadž zkoumaný vzorek obsahuje 342 odpovědí.

¹³ Webová aplikace The College of Saint Benedict and Saint John's University (CSB/SJU), online, 2017.

4.3 Dotazníkové šetření – veřejnost

Jak je popsáno výše, cílovou skupinou prvního dotazníkového šetření je široká veřejnost, a to bez předem zvoleného rozdílu věku, pohlaví či jiných sociodemografických znaků. Nicméně z dat uvedených v příloze C je patrné, že složení respondentů je především v oblasti ekonomické aktivity a věku ovlivněno sdílením dotazníku mezi autorovi vrstevníky. Z celkového počtu 345 získaných odpovědí byly tři dotazníky z důvodu duplicity odstraněny. Na zbylých 342 odpovědích se pak podílely z 58 % ženy. Bezmála polovina respondentů zvolila věkovou kategorii 18–21 let, druhou nejčastější věkovou kategorií byla s 21% zastoupením 41–50 let. Necelé ¼ dotazovaných mají jako nejvyšší dosažené vzdělání střední s maturitou či vyšší odborné vzdělání. Ostatní kategorie kromě postgraduálního vzdělání (1 %) dosahují hodnot mezi 7–10 %. Právě způsob distribuce se podílel na skutečnosti, že 52 % respondentů jsou studenti. 28 % dotazovaných je pak zaměstnáno v soukromém sektoru.

První část dotazníku (viz příloha D) se zaměřovala na povědomí o konceptu CSR a znalost definice. Jak je patrné z výsledků uvedených v tabulce č. 8 níže, respondenti se v otázce znalosti či povědomí o společenské odpovědnosti rozdělili zhruba na třetiny. Otázka ovšem byla dále detailněji analyzována, konkrétně byla postoupena testu nezávislosti. Cílem testování bylo ověření závislosti dosaženého vzdělání na znalosti CSR. Výstupy ze statistického softwaru jsou k nahlédnutí v příloze E. Na základě velice nízké p-hodnoty (0,00062%) lze pak jednoznačně potvrdit, že existuje velice silná závislost mezi vzděláním a znalostí konceptu. Sílu testu neovlivní ani fakt, že jedna z buněk kontingenční tabulky obsahuje hodnotu 0. Obecně doporučováno je alespoň pět odpovědí v každé možné variantě.

Tabulka č. 8: Data k oblasti povědomí o CSR

Stanovisko/Nejvyšší dosažené vzdělání	Neznám koncept CSR	Mám povědomí, ale neznám přesný význam	Mám povědomí a znám význam
Bez vzdělání; neúplné základní vzdělání; základní vzdělání; střední bez maturity	23	6	0
Střední s maturitou; vyšší odborné	70	93	91
Vysokoškolské - bakalářské	7	7	9
Vysokoškolské - navazující magisterské; postgraduální	11	12	13
Celkem	111 (32 %)	118 (35 %)	113 (33 %)

Zdroj: vlastní zpracování, 2017

Respondenti, jenž odpověděli, že mají alespoň částečné povědomí o konceptu CSR, byli dále podrobeni otázce, jenž se zaměřovala na oblasti, kde se s problematikou společenské odpovědnosti setkali. Dle dat z tabulky č. 9 se největší část respondentů setkala s konceptem ve škole (28 %) a na internetu (26 %). Pro ověření závislosti mezi ekonomickou aktivitou a oblastí setkání byl opět využit test nezávislosti v kontingenční tabulce. Ekonomická aktivita byla rozdělena pouze na dvě části, a to na studenty, jenž tvoří více jak polovina dotazovaných, a na ostatní kategorie. Ještě před samotným testováním bylo možné odhadovat poměrně silnou závislost. Stanovisko stavělo především na velice rozdílném množství odpovědí v oblastech: *Pracovní prostředí*, *Vzdělávací instituce* či *Internet*. Z výstupů testu (viz příloha F), konkrétně z p-hodnoty (0,000000000097%) lze potvrdit abnormálně vysokou závislost ekonomické aktivity na oblastech setkávání se s CSR.

Tabulka č. 9: Data k oblasti setkání se s CSR

Stanovisko/Ek. aktivita	Pracovní prostředí	Vzdělávací instituce	Odborná literatura, konference aj.
Studenti	7	101	30
Ostatní kategorie	27	17	9
Celkem	34 (8 %)	118 (28 %)	39 (9 %)
Stanovisko/Ek. aktivita	Internet	Média - TV, tisk, rádio	Z doslechu, osobní zájmy aj.
Studenti	70	34	26
Ostatní kategorie	38	34	27
Celkem	108 (26 %)	68 (16 %)	53 (13 %)

Zdroj: vlastní zpracování, 2017

Další část dotazníku, která byla mimo jiné opět testována na závislost, se týkala skutečnosti, zda respondenti s povědomím o CSR kladou důraz při svých rozhodnutích (nákupní aj.) na fakt, že daná organizace uplatňuje tyto principy. V tabulce č. 10 jsou vyobrazeny získaná data, která byla sumarizována do věkových kategorií 18–30 let a 30+ let. Důvodem sumarizace je ověření, zda lze prokázat závislost mezi aktuálností konceptu a stanoviskem respondentů z uvedených kategorií. Nejčastěji volenou odpovědí (40 %) napříč kategoriemi bylo, že dotazovaní kladou důraz pouze částečně na skutečnost, že firma uplatňuje principy CSR. Třetina respondentů pak uvedla, že si neuvědomuje, zda je z jejich strany kladen důraz při rozhodování. Při podrobení uvedených dat testu nezávislosti, lze na základě p-hodnoty (5,170%) konstatovat, že na hladině významnosti 5 % daná data nevykazují závislost mezi uvedenými věkovými

kategoriemi a rozhodováním respondentů. Nutno ovšem zmínit, že hranice významnosti byla překročena pouze o necelé dvě desetiny (viz příloha G).

Tabulka č. 10: Data k oblasti kladení důrazu na uplatňování CSR organizacemi

Stanovisko/věk. kategorie	Ano	Ne	Pouze částečně	Neuvědomuji si to
18-30 let	7	33	73	59
30+ let	8	14	20	17
Celkem	15 (7 %)	47 (20 %)	93 (40 %)	76 (33 %)

Zdroj: vlastní zpracování, 2017

Poslední otázka, jenž byla určena pouze pro respondenty s povědomím o CSR, se zaměřovala na znalost organizací, jež uplatňují principy CSR. Celkem bylo zaznamenáno 59 unikátních odpovědí. Nejčastěji uvedenou firmou byl pivovar Plzeňský Prazdroj (29x), dále pak ČEZ (8x) a IKEA (6x). Zbýlých 56 organizací bylo zmíněno méně než 5x.

Další část dotazníku, která byla určena opět pro všechny respondenty, se týkala oblastí/pilířů CSR a jejich podoblastí. Nejdříve měli dotazovaní ohodnotit jednotlivé pilíře do pořadí (1.–3. místo), přičemž bylo možné dát na jedno místo i více pilířů. Průměrná známka (místo) všech třech pilířů oscilovala okolo hodnoty 2, tudíž zde není žádná prokazatelná náklonost pouze k některé oblasti CSR (viz tabulka č. 11). Hodnotu 2 potvrdil také u všech pilířů medián. Mírně odlišné výsledky, mimo jiné vysvětlující horší průměr u environmentálního pilíře, byly zjištěny u modu, tedy nejčastěji volené známky v daném pilíři CSR. Ekonomická i sociální oblast vykazuje hodnotu modu 1, naopak v environmentálním pilíři patřila k nejčastěji odpovědím hodnota 3.

Tabulka č. 11: Data k oblasti hodnocení pilířů CSR – veřejnost

Stat. hodnota	Pilíře CSR		
	Ekonomický	Environmentální	Sociální
Průměr	1,98	2,13	1,81
Medián	2	2	2
Modus	1	3	1

Zdroj: vlastní zpracování, 2017

Dle názorů vybraných expertů na oblast CSR nelze jednoznačně přiřadit důležitost jednotlivým pilířům, zejména z důvodu působnosti v konkrétních odvětvích ekonomiky. Nicméně dle praktických zkušeností je reporting spojen především s environmentální oblastí, což je způsobeno značným veřejným zájmem v této oblasti (Kašparová, 2017; Horucková, 2017).

Získaná data z dotazníkových šetření byla dále podrobena detailnější analýze, která je vyobrazena v tabulce č. 12. Analýze se zaměřuje na formu podmíněného hodnocení, tedy jak byly hodnocené ostatní pilíře, pokud zvolený pilíř byl ohodnocen známkou 1. Takřka srovnatelné je situace v případě, že respondent volil na první místě ekonomický, respektive environmentální pilíř. V obou případech byl na druhém místě sociální pilíř s průměrem lehce přes 2,0. Naopak v případě, že byl na prvním místě zvolen právě sociální pilíř, respondenti hodnotili v průměru ostatní pilíře podobnou známkou. Jediným rozdílem je patrný v modu, který má ekonomický pilíř 2, tedy o stupeň lepší než pilíř environmentální.

Tabulka č. 12: Data k oblasti podmíněného hodnocení pilířů CSR

Stat. hodnota	Pilíře CSR, když ekonom. = 1	
	Environmentální	Sociální
Průměr	2,58	2,10
Medián	3	2
Modus	3	2
Stat. hodnota	Pilíře CSR, když sociální = 1	
	Ekonomický	Environmentální
Průměr	2,27	2,35
Medián	2	2
Modus	2	3
Stat. hodnota	Pilíře CSR, když environ. = 1	
	Ekonomický	Sociální
Průměr	2,55	2,05
Medián	3	2
Modus	3	2

Zdroj: vlastní zpracování, 2017

Po ohodnocení jednotlivých pilířů hodnotili dotazovaní také jednotlivé podoblasti daných pilířů. Součástí tohoto hodnocení byla také možnost napsání podoblasti, kterou výčet případně postrádá, a dále volba oblasti, která je dle respondenta vůbec nejdůležitější. V tabulce č. 13 jsou jednotlivé podoblasti hodnoceny opět průměrnou známkou (1–5, kdy 1=velice důležité; 5=nedůležité) a modem. Procentní podíl pak značí četnost volby dané podoblasti jako nejdůležitější v daném pilíři. Nejvíce priorizovaným faktorem ekonomického pilíře byla kvalita výrobků, o 10 procentních bodů méně pak získala kvalita systému řízení firmy a ziskovost podniku. V environmentální oblasti byl respondenty kladen důraz především na dopady produktů na životní prostředí a šetrné zacházení s přírodními zdroji. V sociálním pilíři byla se znatelnou převahou zvolena za nejdůležitější kritéria bezpečnosti a zdraví zaměstnanců a jejich vzdělání a rozvoj. První jmenované sociální kritérium pak bylo ohodnoceno

nejlepší průměrnou známku napříč všemi pilíři. U všech pilířů je velmi znatelná důležitost stanovených podoblastí, kdy žádná svou průměrnou známku nepřekročila hodnotu 3. Tato hodnota značí neutrální postoj a tvoří pomyslnou hranici mezi důležitostmi a nedůležitostmi daného faktoru.

V této části dotazníku byli experti osloveni s dotazem, zda je ziskovost podniku nejdůležitější podoblastí ekonomického pilíře. Dle Kašparové (2017) zisk není nejdůležitější položkou. V současné době je to především hodnota podniku, jejíž je zisk pouze součástí. Co do důležitosti podoblastí ekonomického pilíře by to měla být spíše transparentnost aktivit, která nicméně byla širokou veřejností zvolena pouze ve 2 % případů. Dle Horuckové (2017) je značná důležitost ziskovosti odůvodněna především potřebou získávání finančních prostředků, jenž mohou být dále využity k řízení investic či k podpoře inovací výrobků a služeb.

Tabulka č. 13: Data k oblasti hodnocení podoblastí CSR

Faktory	Procentí podíl	Průměrná známka	Modus
Ekonomický pilíř			
Kvalita výrobků	31%	1,33	1
Kvalitní systém řízení firmy	20%	1,52	1
Ziskovost podniku	19%	1,55	1
Spolehlivost - platební morálka, včasné plnění termínů	12%	1,52	1
Investiční aktivity - plán rozvoje a investic	12%	1,91	2
Inovativní přístup v řízení a produktech	4%	2,06	2
Transparentnost vykazování	2%	2,22	2
Environmentální pilíř			
Dopady produktů na životní prostředí	37%	1,45	1
Setrné zacházení se zdroji (materiál, energie aj.)	33%	1,46	1
Recyklace odpadů	19%	1,52	1
Aplikace ekologických technologií	9%	1,88	2
Vlastnictví certifikátů a jiné dokumentace se zaměřením na ochranu životního prostředí	2%	2,51	2
Sociální pilíř			
Bezpečnost a zdraví zaměstnanců	39%	1,3	1
Vzdělávání a rozvoj zaměstnanců	33%	1,55	1
Etika organizace - etický kodex	12%	1,71	1
Komunikace se stakeholders	7%	2,01	2
Rovné příležitosti - genderové vyvážení	5%	2,15	2
Podpora široké veřejnosti a místních komunit	2%	2,44	2
Filantropické/dárcovské aktivity	1%	2,79	3
Mediální objektivita	1%	2,52	2

Zdroj: vlastní zpracování, 2017

Mezi podoblasti, které ve výčtu dle respondentů chyběly, patřily: tradice, kvalita zázemí, cash-flow, dopad na regionální ekonomiku, podpora žen a imobilních pracovníků a čistota ve firmě.

Před poslední částí dotazníku byla respondentům položena otázka, zda si myslí, že společensky odpovědné chování má být výhradou pouze velkých firem. Drtivá většina dotazovaných (86 %) zastává názor, že by společensky odpovědné chování mělo týkat i MSP a osob samostatně výdělečně činných. 7 % dotázaných odpovědělo, že by to mělo být výhradou pouze velkých firem, podobný počet lidí pak nezastává k této problematice žádný názor.

Poslední část dotazníkového šetření určeného pro širokou veřejnost se zaměřovala na měření a reportování organizací o CSR. Jedna čtvrtina dotazovaných odpověděla, že mají určité povědomí o možnostech měření a reportování společensky odpovědných aktivit. Těmto respondentům byly určeny dále analyzované otázky. První otázka zkoumala, zda se dotazovaný někdy setkal s výkazem o CSR. Pouze 5 % je si jisto, že viděla dokument tohoto typu, 27 % si není jistých, zda se jednalo přímo o CSR report, a zbylá část se se zprávou o společenské odpovědnosti nikdy nesešla.

Na úplný závěr bylo zjišťováno povědomí o jednotlivých standardech, jenž jsou určeny k implementaci, měření a vykazování CSR (pro úplný výčet možností viz dotazník v příloze D). Nejčastěji byly zvoleny standardy ISO 26000 (19 %), ISO 14000 (17 %) a normy GRI (12 %). Vysoká hodnota u obou standardů ISO vedla k následnému doplňujícímu ověření. Cílem ověření bylo zjistit, zda respondenti nezaškrkli tuto volbu pouze z důvodu všeobecné známosti názvu daného standardu. Náhodně vybraným 20 respondentům byl zaslán doplňující dotazník, ve kterém měli ke čtyřem standardům ISO přiřadit odpovídající oblasti/názvy. V úvodu tohoto doplňující dotazníku byla výslovná prosba o nedohledávání si daných ISO norem a možném znehodnocení výsledků. Z navrácených 15 dotazníků nedošlo ani v jediném případě ke správnému přiřazení názvů/oblastí k výše jmenovaným standardům ISO. I přesto, že z této skutečnosti nelze dělat obecné závěry, je nutné brát výsledky povědomí o standardech s určitou rezervou.

4.3.1 Srovnání s výsledky komparace standardů

Při vzájemném porovnání výsledků komparace standardů (viz kapitola 3.3.4 Komparace) s výše představenými daty lze dojít ke stanovisku, že obsah většiny standardů odpovídá hodnocení jednotlivých podoblastí samotnými respondenty. Porovnávají jsou faktory jednotlivých pilířů, které dosáhly dle hodnocení respondentů alespoň 20% podílu.

Konkrétně v **ekonomických podoblastech** je jedním z nejdůležitějších faktorů *ziskovost*, která úzce koreluje s hospodářskou výkonností. Tato výkonnost je pak obsahem 3 ze 4 standardů. Identická situace je i u oblasti kvality systémů řízení. Naopak kvalita výrobků, která je hodnocena jako vůbec nejdůležitější, není přímo vymezena v žádném standardu. Nutno ovšem zmínit, že například dopady produktů na životní prostředí či zákaznická odpovědnost produktů je součástí standardů v ostatních pilířích CSR. Oba aspekty se nesporně na zmiňované kvalitě produktu či služby také podílejí.

V **environmentálních podoblastech** jsou respondenty z převážné části voleny především tři výše uvedené podoblasti (viz tabulka č. 13), které jsou zároveň kritérii vzájemné komparace standardů environmentálního pilíře CSR. Každá ze tří zvolených podoblastí je vždy obsahem dvou norem. I přesto, že environmentální pilíř je jako celek respondenty nejméně prioritizován, situace v podnikové praxi se diametrálně liší. Právě environmentální oblast se vyskytuje v CSR reportech tuzemských organizací vůbec nejčastěji, ze 46,6 % (viz kapitola 3.6 Měření a vykazování CSR v ČR). Na této situaci se převážně podílí fakt, že kupříkladu norma ISO 26000 je uzpůsobena k vzájemnému reportování s dalšími vybranými standardy, které se mohou zaměřovat pouze na environmentální oblast (např. ISO 14 000). Tato skutečnost nepřispívá z důvodu komplikovanosti a časové náročnosti k rozvoji reportingu například v oblasti MSP i přesto, že právě tato část ekonomických subjektů je pro další rozmach měření a reportování o CSR aktivitách nejvíce stěžejní.

Mezi nejvíce preferované **sociální podoblasti** patří dle široké veřejnosti především zaměstnanecká politika. Konkrétně se pak jedná o bezpečnost, zdraví, rozvoj a vzdělávání zaměstnanců. Tyto podoblasti odpovídají v rámci komparačních kritérií oblasti lidských práv, vztahu se zaměstnanci a osobního rozvoje. První dvě oblasti jsou obsahem všech analyzovaných standardů, osobní rozvoj zaměstnanců je pak obsahem pouze norem GRI a SA 8000.

Všech 8 faktorů je dle komparace standardů obsahem normy GRI, která je zároveň celosvětově nejrozšířenějším a nejvyužívanějším standardem. Stále ještě poměrně nová norma ISO 26000 pak obsahuje 6 kategorií, konkrétně nezahrnuje oblasti osobního rozvoje a vzdělávání zaměstnanců a dopady produktů/služeb na životní prostředí.

4.4 Dotazníkové šetření – organizace

Druhé dotazníkové šetření bylo určeno pro organizace. Celkem bylo získáno 47 vyplněných dotazníků (viz příloha H), přičemž žádný z nich nebyl vyřazen. Organizace, jenž poskytly své odpovědi, se dle NACE dělí do 7 kategorií ekonomických činností. I přesto, že bylo rozesláno stejné množství žádostí o vyplnění dotazníků na základě velikosti firem, dle kritéria počtu zaměstnanců dvě třetiny organizací spadají do MSP a 21 % je tvořeno mikropodniky. Více než polovina (57 %) firem pak vykazuje obrát do 2 mil. €. Přehled základních údajů o organizacích, jenž zodpověděly dotazník, je k nahlédnutí v příloze I.

První otázka se věnovala, podobně jako u dotazování veřejnosti, povědomí o konceptu CSR. 64 % dotazovaných zná koncept i definici tohoto konceptu. Pouze 5 organizací nemá o konceptu žádné povědomí. Obsahem druhé otázky bylo, zda organizace uplatňuje, a případně jakým způsobem, alespoň některý z principů CSR. Jak lze vidět v tabulce č. 14 níže, pouze 14 organizací nějakým způsobem aplikuje principy společenské odpovědnosti. Je zde ovšem také značná část firem, jejichž zástupci si nejsou zcela jisti. Tato skutečnost může být způsobena formou distribuce, kdy dotazníky byly zasílány pouze na kontaktní e-mail, jenž byl uveden v databázi firem *Albertina*. Není tedy zaručeno, zda byl vždy dotazník postoupen relevantní osobě s dostatečným množstvím informací k dané problematice.

Tabulka č. 14: Data k oblasti uplatňování principů CSR organizacemi

Stanovisko	Počet odpovědí
Ano - externí normy, certifikace	5
Ano - vnitřní předpisy organizace	4
Ano - bez norem, pouze součástí firemní kultury	5
Ne	18
Nejsem si zcela jist	15

Zdroj: vlastní zpracování, 2017

Z organizací, jenž aplikují principy CSR (14x), 6 odpovědělo, že tato aplikaci přináší společnosti konkurenční výhodu. Tuto výhodu ovšem nemají podloženou číselnými údaji. 5 organizací opět odpovědělo, že si není jisto. Na otázku, zda organizace klade důraz na politiku CSR v rámci svého dodavatelsko-odběratelského řetězce, odpověděla pouze jedna organizace *ano, a to i s požadavkem certifikace*. 6 dotazovaných organizací důraz na tento fakt neklade a 4 si nejsou jisty.

Dle obsahu tabulky č. 15 bylo další částí dotazníku ohodnocení/prioritizace jednotlivých pilířů CSR. Stejně jako u průzkumu veřejnosti byla získaná data analyzována na základě tří základních statistických znaků středních hodnot. Na základě průměrné hodnoty jsou hodnoceny takřka shodně oblasti sociální i ekonomická (cca 1,7), environmentální pilíř je hodnocen průměrnou známkou 2. Všechny pilíře ve srovnání z výsledky předchozího dotazníkové šetření dosahují lepších hodnot, u environmentálního pilíře pak došlo také ke zlepšení statistické hodnoty v podobě modu.

Tabulka č. 15: Data k oblasti hodnocení pilířů CSR – organizace

Stat. hodnota	Pilíře CSR		
	Ekonomický	Environmentální	Sociální
Průměr	1,75	2,01	1,73
Medián	2	2	2
Modus	1	2	1

Zdroj: vlastní zpracování, 2017

Další část dotazníku se zaměřovala na měření a reportování o společenské odpovědnosti firem. Jak lze vidět na složeném grafu, jenž je součástí přílohy J, pouze 30 % dotazovaných firem určitým způsobem měří a reportuje o svých CSR aktivitách. Zajímavým zjištěním je, že všechny organizace, jenž v předcházející části odpověděly, že aplikují principy CSR, odpověděly v této části, že tyto principy komunikují směrem ke svým zaměstnancům či veřejnosti. Tyto organizace dále odpovídaly na otázku personálního zajištění a doby, po jakou se věnují měření a vykazování těchto aktivit. Výsledky jsou i s počtem odpovědí vyobrazeny v příloženém grafu. Čtyři firmy pak využívají standardů GRI a dvě normy ISO 14000. Zbylá část dotazovaných se k využívání konkrétních nástrojů nevyjádřila.

Poslední část, jenž byla opět určena pro všechny respondenty, se zaměřuje na obecné otázky či postoje v problematice měření a reportování. V první otázce této části organizace hodnotily (1–4, kdy 1=rozhodně ano a 4=rozhodně ne), zda existuje dostatečné povědomí o možnostech a měření a reportingu CSR. Výsledná data jsou vyobrazena v tabulce č. 16 níže. Průměrná hodnota všech odpovědí činí 2,45, což značí takřka přesně neutrální postoj k dané problematice.

Tabulka č. 16: Data k oblasti povědomí o možnostech měření/reportování CSR

Stanovisko	Počet odpovědí
Rozhodně ano (1)	9
Spíše ano (2)	13
Spíše ne (3)	20
Rozhodně ne (4)	5

Zdroj: vlastní zpracování, 2017

Mezi zájmové skupiny, které nejvíce využívají výstupy z měření a vykazování CSR aktivit, zařadily organizace nejčastěji státní instituce a místní samosprávy a širokou veřejnost. Nejméně byly pak voleny stakeholders v podobě dodavatelů a konkurence (3x). K překážkám, jenž určitým způsobem zabraňují či stěžují měření a vykazování společenské odpovědnost patří dle dotazovaných zejména personální požadavky a s tím související finanční a časová náročnost a složitost celého procesu (viz tabulka č. 17).

Tabulka č. 17: Data k oblasti stakeholders a překážek měření/reportování CSR

Kategorie	Počet odpovědí
Zájmová skupina	
Státní instituce a místní samosprávy	24
Široká veřejnost	16
Zaměstnanci	12
Manažeři	11
Odběratelé	10
Vlastníci	9
Odbory	8
Dodavatelé	3
Konkurence	3
Překážka	
Personální požadavky	20
Finanční náročnost	19
Složitost a časová náročnost	17
Nedostatečné informace	11
Přístup managementu organizace	9

Zdroj: vlastní zpracování, 2017

Oslovený experti se shodují, že největší překážka v aktivní iniciativě organizací měřit a vykazovat své společensky odpovědné aktivity tkví především ve špatném pochopení samotného smyslu reportování. Důležitá je pro samotný podnik především identifikace výhod jak z aplikace CSR, tak z jeho komunikování směrem ven z organizace (Horucková, 2017; Kašparová, 2017). Mezi možnosti podpory, které by měly vést k větší snaze podniků reportovat, je dle Kašparové (2017) silně individualizované

školení ze strany státních institucí. Jako příklad bylo uvedeno například Rakousko, konkrétně pak aktivita tamní obchodní komory.

4.5 Závěry analýzy a evaluace hypotéz

Na základě vyhodnocení dotazníkových šetření, jenž byly realizovány mezi širokou veřejností a organizacemi, lze tvrdit, že existuje poměrně značné povědomí o společenské odpovědnosti firem. Součástí analýzy je také ověření závislosti ekonomické aktivity na oblastech, kde se respondenti s CSR setkali. Výsledky testu nezávislosti pak potvrzují silnou korelaci mezi těmito faktory. Preference jednotlivých pilířů dosahuje stejného pořadí jak u veřejnosti, tak u organizací, tedy: 1. místo sociální oblast, 2. místo ekonomická oblast, 3. místo environmentální oblast. Průměrně lepšího hodnocení je pak u hodnocení organizací. Pouze čtvrtina oslovené veřejnosti má povědomí o možnostech měření a reportování CSR aktivit, 30 % dotázaných organizací pak určitým způsobem tyto činnosti aplikuje ve svém řízení. Naprostá většina (86 %) veřejnosti si myslí, že měření a reportování by nemělo být pouze devízou velkých firem. Součástí této kapitoly je také evaluace hypotéz, jenž byly stanoveny ještě před realizační fází dotazníkových šetření.

Hypotéza č. 1: *Alespoň polovina dotazovaných má povědomí o koncepci CSR.*

První hypotézu, jenž se zaměřuje na povědomí o CSR mezi veřejností lze na základě získaných dat jednoznačně verifikovat. Povědomí o koncepci CSR potvrzuje 68 % respondentů. Pro srovnání, u organizací je to dokonce necelých 90 %. Zároveň byla potvrzena závislost povědomí na dosaženém vzdělání.

Hypotéza č. 2: *Respondenty nejvíce upřednostňovanou oblastí je oblast sociální, následovaná environmentální a ekonomickou oblastí.*

Tato hypotéza vychází z rozsahu jednotlivých podoblastí, jimž se věnují analyzované standardy. Na základě získaných dat je ovšem tato hypotéza falzifikována. I přesto, že nejvíce preferovanou oblastí se opravdu stala sociální oblast, pořadí zbylých dvou bylo jak u veřejnosti, tak u organizací zaměněno.

Hypotéza č. 3: *Maximálně čtvrtina organizací jakýmkoli způsobem uplatňuje principy CSR.*

Ze 47 odpovědí aplikuje určitým způsobem (certifikace, vnitřní předpisy aj.) principy společenské odpovědnosti 14 organizací, což je necelých 30 %. Na základě tohoto je tato hypotéza zamítnuta. Za zmínku nicméně stojí velké množství odpovědi *Nejsem si zcela jist* (32 %).

Hypotéza č. 4: *Mezi stakeholdery, jenž nejvíce využívají zprávy o CSR aktivitách jsou dle organizací zaměstnanci či odbory.*

Poslední hypotéza zaměřující se na využívání zpráv o CSR je na základě odpovědí firem také zamítnuta. Dle názoru organizací využívají tyto reporty nejčastěji orgány státní zprávy či široká veřejnost. Zaměstnanci se umístili až na třetím místě, odbory dokonce na místě sedmém.

Závěr

Téma *společenské odpovědnosti firem* se již od jeho počátků potýká především s nejasným teoretickým ukotvením. Tento fakt je podpořen dobrovolností této koncepce, kdy pojem CSR není nikterak upraven zákony. Zejména definování pojmů *měření a reportování* je pak v české literatuře velice nejasné. Častokrát jsou využívány podobné pojmy jako: hodnocení, vykazování, komunikování aj. Samotná podstata je ovšem takřka nezaměnitelná, tedy analyzování společenské odpovědnosti a poskytování těchto informací a dat široké veřejnosti, tzv. stakeholders. Právě shrnutí teoretického vymezení pojmu CSR a oblasti měření a reportování je jedním z cílů a také přínosů této diplomové práce.

Nejasné vymezení a dobrovolnost měření a reportování daly za vznik nespočtu standardů, jenž jsou k této činnosti využívány. I přes široké spektrum možností, které se organizacím ve volbě naskýtají, patří mezi nejvíce využívaný nástroj standard GRI, což potvrzují jak výzkumné studie, tak dotazníkové šetření mezi vybranými organizacemi. Popularita tohoto nástroje je pak potvrzena také odpověďmi široké veřejnosti. Ze vzájemné komparace samotných standardů i z porovnání standardů s výsledky dotazníkové šetření lze tvrdit, že především zmíněný standard GRI spolu s normou ISO 26 000 jsou jedny z nejkompaktnějších dostupných nástrojů. Mírná úskalí těchto nástrojů jsou znatelná v rozsahu metodik, které mohou v konečném důsledku odradit z časových důvodů především malé a střední podniky. Ovšem právě MSP patří nesporně k tzv. tahounům většiny ekonomik. Dalším problematickým aspektem se může v blízké budoucnosti stát oblast integrovaného (kombinovaného) reportingu. Právě postupné propojování účetních a CSR výkazů nabývá v posledních zhruba 5 letech na významu. Pro společnosti vytvářející standardy bude důležitá úprava těchto nástrojů, která bude usnadňovat vykazování pomocí integrované formy.

Za poměrně značným nárůstem podílu reportujících firem, i za nárůstem využívání integrovaného reportingu, stojí mimo jiné také aktivity jednotlivých států či uskupení států (např. EU). Jedná se především o postupný trend v oblasti zákonných regulací, které v různých formách nařizují vybraným subjektům reportovat o svých společensky odpovědných aktivitách. Reportování je pak často profilované pouze na jednu oblast. Jako příklad může posloužit Indie, kde se týká povinnost jen aktivit v sociální oblasti. Tato povinnost je v současnosti znatelná především u asijských států, o čemž svědčí

také podíl reportujících firem, který mnohdy dosahuje v daných státech takřka 100 %. Kromě asijských států se od roku 2017 týká zákonná regulace také vybraných tuzemských firem, a to na základě rozhodnutí Evropské Komise o povinnosti nefinančního reportingu. Tyto státní či unijní regulace nicméně narušují již zmiňovanou dobrovolnost, na které je koncept společenské odpovědnosti postaven.

Na základě realizovaných dotazníkových šetření mezi širokou veřejností a organizacemi lze říci, že mezi oběma dotazovanými skupinami existuje poměrně značné povědomí o konceptu společenské odpovědnosti firem. Daleko slabších výsledků dosahuje povědomí o možnostech měření CSR aktivit. Podobně tak převážná část dotázaných organizací neměří a nereportuje o těchto aktivitách.

Vytyčený cíl této diplomové práce, tedy *zhodnocení významu a měření společenské odpovědnosti firem*, je autorem považován za splněný. Práce poskytuje věcné definování tématu, na které navazuje výzkumná část práce. Pomocí vhodně zvolených metod je v práci analyzována problematika významu a měření společenské odpovědnosti firem. Výstupy jednotlivých metod výzkumu jsou autorem vhodně komparovány, což poskytuje komplexní zhodnocení tématu. Diplomová práce nabízí také možnost pokračování výzkumu, a to především v hlubší analýze oblasti dotazníkového šetření mezi organizacemi.

Seznam tabulek, obrázků a grafů

Seznam tabulek

Tabulka č. 1: Obsahová náplň standardů (dle pilířů CSR).....	36
Tabulka č. 2: Pokrytí podoblastí ekonomického pilíře.....	36
Tabulka č. 3: Pokrytí podoblastí environmentálního pilíře.....	37
Tabulka č. 4: Pokrytí podoblastí sociálního pilíře.....	38
Tabulka č. 5: Komparace standardů dle obecných kritérií a oblastí měření/reportování CSR.....	38
Tabulka č. 6: Důvody k zavedení měření a reportování o CSR aktivitách dle výzkumů KPMG za roky 2005, 2008 a 2011 (v %).....	40
Tabulka č. 7: Procentní podíl reportujících organizací dle sektoru/odvětví v období let 2008–2015.....	44
Tabulka č. 8: Data k oblasti povědomí o CSR.....	60
Tabulka č. 9: Data k oblasti setkání se s CSR.....	61
Tabulka č. 10: Data k oblasti kladení důrazu na uplatňování CSR organizacemi.....	62
Tabulka č. 11: Data k oblasti hodnocení pilířů CSR – veřejnost.....	62
Tabulka č. 12: Data k oblasti podmíněného hodnocení pilířů CSR.....	63
Tabulka č. 13: Data k oblasti hodnocení podoblastí CSR.....	64
Tabulka č. 14: Data k oblasti uplatňování principů CSR organizacemi.....	67
Tabulka č. 15: Data k oblasti hodnocení pilířů CSR – organizace.....	68
Tabulka č. 16: Data k oblasti povědomí o možnostech měření/reportování CSR.....	69
Tabulka č. 17: Data k oblasti stakeholders a překážek měření/reportování CSR.....	69

Seznam obrázků

Obr. č. 1: Kroky metodiky výzkumu.....	9
Obr. č. 2: Matice stakeholders	18
Obr. č. 3: Základní otázky tvorby CSR v organizaci.....	23
Obr. č. 4: Možnosti zapojení stakeholders.....	25
Obr. č. 5: Utrídění standardů společenské odpovědnosti.....	33
Obr. č. 6: Podíl reportujících organizací ve světě v letech 2011, 2013 a 2015 (v %).....	42

Seznam grafů

Graf. č. 1: Vývoj počtu reportů (v ks/rok) v databázi Corporate Register dle regionů v letech 2000–2012.....	43
Graf. č. 2: Procentní podíl reportujících organizací dle velikosti obrátu (v mld. \$) v roce 2011.....	47
Graf. č. 3: Procentní podíl vykazování pomocí integrovaných reportů mezi roky 2008–2015.....	49

Seznam použitých zkratk a symbolů

\$	americký dolar
€/EUR	euro
3P	profit, people, planet - tři pilíře CSR
AA 1000	AccountingAbility/Assurance Standard
BSC	Balanced Scorecard (systém vyvážených ukazatelů výkonnosti)
CC	Corporate citizenship (firemní občanství)
CED	Committee for Economic Development (výbor pro ekonomický rozvoj)
CSP	Corporate Social Performance (společenská výkonnost firem)
CSR	Corporate Social Responsibility (společenská odpovědnost firem)
ČR	Česká republika
ČSÚ	Český statistický úřad
EU	Evropská Unie
GHG	greenhouse gas
GRI	Global Reporting Initiative
IIRC	International Integrated Reporting Committee (mezinárodní výbor pro integrované výkaznictví)
ISO	International Organization for Standardization (mezinárodní organizace pro normalizaci)
ISO 26000	Mezinárodní norma pro sociální odpovědnost
KPI	Key Performance Indicators (klíčový ukazatel výkonnosti)
MSP	malé a střední podniky
NACE	klasifikace ekonomických činností
PAT	Positive accounting theory
SA 8000	Social Accountability

Seznam použité literatury

Knižní zdroje

BASL, Josef, Alena BUCHALCEVOVÁ a Libor GÁLA. *Zavádění Green ICT: podpora udržitelného rozvoje podniků inovacemi v ICT*. Praha: Professional Publishing, 2013. ISBN 978-80-7431-133-8.

BOWEN, Howard Rothmann. *Social responsibilities of the businessman*. USA: University of Iowa Press, 1953, 298 s. ISBN 978-160-9381-967.

CARROLL, Archie B. a Ann K. BUCHHOLTZ. *Business & society: ethics, sustainability, and stakeholder management*. Ninth edition. Stamford, CT, USA: Cengage Learning, 2015. ISBN 978-12-8573-429-3.

CARROLL, Archie B., 1999. *Corporate Social Responsibility: Evolution of a Definitional Construct*. Business and society review. Roč. 38, č. 3, s. 268-295. ISSN 0045-3609.

COLLIS, Jill. a Roger. HUSSEY. *Business research: a practical guide for undergraduate and postgraduate students*. 2nd ed. New York: Palgrave Macmillan, 2003. ISBN 978-033-3983-256.

DAVIS, K. *Can business afford to ignore social responsibilities?* California Management Review, 1960. s. 70.

EELLS, Richard Sedric Fox. *Corporation giving in a free society*. New York, 1956, 210 s. 501577.

EGER, Ludvík a Dana EGEROVÁ. *Základy metodologie výzkumu: pro studenty ekonomických oborů*. V Plzni: ZČU, 2014. ISBN 978-80-261-0418-6.

FERRELL, O. C., John. FRAEDRICH a Linda. FERRELL. *Business ethics: ethical decision making and cases*. Tenth edition. Stamford, CT, USA: Cengage Learning, 2015. ISBN 97-81-2854-237-15.

GRAY, R. *Corporate Social Reporting – Accounting & Accountability*, Prentice-Hall, UK. s. 8. 1987.

HENDL, Jan. *Kvalitativní výzkum: základní metody a aplikace*. Praha: Portál, 2005. ISBN 978-807-3670-405.

HENDL, Jan. *Přehled statistických metod zpracování dat: analýza a metaanalýza dat*. Vyd. 2., opr. Praha: Portál, 2006. ISBN 80-7367-123-9.

JAKUBÍKOVÁ, Dagmar. *Strategický marketing*. Praha: Grada, 2008. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-2690-8.

JOHNSON, H. L. *Business in contemporary society: Framework and issues*. Belmont, CA: Wadsworth. 1971.

KAŠPAROVÁ, Klára a Vilém KUNZ. *Moderní přístupy ke společenské odpovědnosti firem a CSR reportování*. Praha: Grada, 2013. Management (Grada). ISBN 978-802-4744-803.

KAŠPAROVÁ, Klára. *Faktory ovlivňující CSR reportování*. Brno: Masarykova univerzita, Ekonomicko-správní fakulta, 2012. ISBN 978-80-210-5985-6.

KAŠPAROVÁ, Klára. *Reportování o společenské odpovědnosti podniku*. Brno: Masarykova univerzita, Ekonomicko-správní fakulta, 2011. ISBN 978-80-210-5694-7.

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

LEIPZIGER, Deborah. *The corporate responsibility code book*. 2nd ed. Sheffield: Greenleaf, 2010. ISBN 978-19-0609-339-6.

PUNCH, Keith. *Úspěšný návrh výzkumu*. Praha: Portál, 2008. ISBN 978-80-7367-468-7.

PAVLÍK, Marek a Martin BĚLČÍK. *Společenská odpovědnost organizace: CSR v praxi a jak s ním dál*. Praha: Grada, 2010. Management (Grada). ISBN 978-802-4731-575.

PETERA, Petr, Jaroslav WAGNER a Markéta BOUČKOVÁ. *Analysis of CSR Reporting Practices of the Largest Companies Domiciled in the Czech Republic*. České Budějovice: INPROFORUM, 2014. ISBN 978-80-7394-484-1.

PUTNOVÁ, Anna a Pavel SEKNIČKA. *Etické řízení ve firmě: nástroje a metody : etický a sociální audit*. Praha: Grada, 2007. ISBN 978-80-247-1621-3.

REICHEL, Jiří. *Kapitoly metodologie sociálních výzkumů: základní metody a aplikace*. Praha: Grada, 2009. Sociologie (Grada). ISBN 978-802-4730-066.

WALTON, C. C. *Corporate social responsibilities*. Belmont, CA: Wadsworth, 1967.

WERTHER, William B. a David CHANDLER. *Strategic corporate social responsibility: stakeholders in a global environment*. Thousand Oaks: SAGE Publications, c2006. ISBN 97-81-4129-137-37.

ZADRAŽILOVÁ, Dana. *Udržitelné podnikání*. V Praze: Oeconomica, 2011. Odborná kniha s vědeckou redakcí. ISBN 978-80-245-1833-6.

Internetové zdroje

AccountAbility. *Standards* [online]. 2017 [cit. 2017-02-22]. Dostupné z: <https://www.accountability.org/standards/>

BLF. *What is CRS?* [online]. 2017 [cit. 2017-02-19]. Dostupné z: <http://www.csr-online.cz/en/what-is-csr/>

CARBON TRUST. *Mandatory Carbon Reporting* [online]. 2017 [cit. 2017-02-27]. Dostupné z: <https://www.carbontrust.com/resources/guides/carbon-footprinting-and-reporting/mandatory-carbon-reporting/>

CorporateRegister (CR). *About* [online]. 2017 [cit. 2017-03-20]. Dostupné z: <http://www.corporateregister.com/about/>

CSB/SJU. *Contingency Table* [online]. 2017 [cit. 2017-04-07]. Dostupné z: http://www.physics.csbsju.edu/stats/contingency_NROW_NCOLUMN_form.html

Český Statistický Úřad (ČSÚ). *Ekonomické subjekty ve Středočeském kraji v roce 2016* [online]. 2017 [cit. 2017-04-04]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/xs/ekonomicke-subjekty-ve-stredoceskem-kraji-v-roce-2016>

Český Statistický Úřad (ČSÚ). *Gender: Základní pojmy* [online]. 2016 [cit. 2017-03-01]. Dostupné z: https://www.czso.cz/csu/gender/gender_pojmy

Deloitte. *Společenská odpovědnost* [online]. 2017 [cit. 2017-02-21]. Dostupné z: <https://www2.deloitte.com/cz/cs/pages/about-deloitte/articles/philanthropy.html>

European Commission (COM). *Entrepreneurship and Small and medium-sized enterprises (SMEs)* [online]. 2017 [cit. 2017-03-06]. Dostupné z: https://ec.europa.eu/growth/smes_en

GREGOR, Filip. FRANK BOLD. *Obsah a účel směrnice o nefinančním reportingu* [online]. 2016 [cit. 2017-04-06]. Dostupné z: <http://www.fbadvokati.cz/novinky/podnikani/obsah-ucel-smernice-o-nefinancnim-reportingu>

INTEGRATED REPORTING <IR>. *The IIRC* [online]. 2017 [cit. 2017-02-03]. Dostupné z: <http://integratedreporting.org/the-iirc-2/>

ISO. *ISO 26000 - Social responsibility* [online]. 2017 [cit. 2017-03-23]. Dostupné z: <https://www.iso.org/iso-26000-social-responsibility.html>

LUSTYKOVÁ, Adéla. SVĚTBYZNYSU. Work-life balance je in [online]. 2003 [cit. 2017-02-24]. Dostupné z: <http://www.svetbyznysu.cz/2013/06/work-life-balance-je-in/>

Ministerstvo pro místní rozvoj (MMR). *Pomůcka pro určení velikosti podniku* [online]. 2017 [cit. 2017-02-18]. Dostupné z: <http://strukturalni-fondy.cz/cs/Fondy-EU/Programove-obdobi-2007-2013/Programy-2007-2013/Operacni-programy-Praha/OP-Praha-Adaptabilita/Novinky/Pomucka-pro-urceni-velikosti-podniku>

Ministerstvo průmyslu a obchodu (MPO). *Zpráva o vývoji malého a středního podnikání a jeho podpoře v roce 2013* [online]. 2014 [cit. 2017-03-12]. Dostupné z: <https://www.mpo.cz//dokument151050.html>

MK MEDIA. *Zákon o účetnictví – novela od 1. ledna 2017* [online]. 2017 [cit. 2017-04-01]. Dostupné z: <http://www.i-poradce.cz/SubPages/Emailove-Noviny/Otvor.aspx?id=364&cislo=3&rok=2017>

NAZARI, Mehrdad. Prizma. *It's Official: North American Relative GRI Reporting Grew by 1% in 2011* [online]. 2017 [cit. 2017-02-14]. Dostupné z: <http://prizmablog.com/2012/05/16/its-official-gri-reporting-grew-only-by-1-in-north-america/>

O2. *Společenská odpovědnost* [online]. 2017 [cit. 2017-02-21]. Dostupné z: https://www.o2.cz/vyrocní_zpravy/2011/roční/telefonica-2011/cs/spolecenska-odpovednost-csr.html

SAGIT. *Sbírka zákonů* [online]. 2017 [cit. 2017-04-10]. Dostupné z: <http://www.sagit.cz/info/sb03437>

SMITH, Craig. FORBES. *When It Comes to CSR, Size Matters* [online]. [cit. 2017-04-01]. Dostupné z: <https://www.forbes.com/sites/insead/2013/08/14/when-it-comes-to-csr-size-matters/#436e8e8352a2>

SWEDISH INSTITUTE. *Corporate social responsibility in Sweden* [online]. 2016 [cit. 2017-03-25]. Dostupné z: <https://sweden.se/business/csr-in-sweden/>

TIME: Fortune 500. *Methodology* [online]. 2017 [cit. 2017-03-02]. Dostupné z: <http://beta.fortune.com/fortune500>

VISEGRAD FUND. *About the Fund* [online]. 2017 [cit. 2017-04-10]. Dostupné z: <http://visegradfund.org/about/>

Ostatní zdroje

BARTELS, Wim. *KPMG's Global Head of Sustainability Reporting and Assurance*. KPMG International, 2015.

BCCC. *Value of Sustainability Reporting*. Boston: Center for Corporate Citizenship (and Ernst & Young LLP), 2013, 17 s. Dostupné také z: <http://www.bcccc.net/pdf/valueofsustainabilitysummary.pdf>

CorporateRegister (CR). *Global CR Reporting Trends and Stakeholder Views*. UK, 2013, 37 s. Dostupné také z: <http://www.corporateregister.com/a10723/67880-13th-17513040C2227142800T-G1.pdf>

DAHLSRUD, A. *How corporate social responsibility is defined: an analysis of 37 definitions*. *Corp. Soc. Responsib. Environ. Mgmt*, 15: 1–13. 2008. doi:10.1002/csr.132

EIRIS. GORDON, B. *The state of responsible business: Global corporate response to environmental, social and governance (ESG) challenges*. London: Ethical Investment Research Services, 2007. 96 s.

EUROPEAN COMMISSION (COM). *Green Paper: Promoting a European framework for Corporate Social Responsibilities*. Brussels: European Commission, 2001. s. 8. DOC/01/9.

GATES, Bill. *Time Magazine: U.S. Edition*. 2008, 172(18).

GLOBAL REPORTING INITIATIVE (GRI). *Sustainability and Reporting Trends in 2025 - Preparing for the Future*. Neatherlands, 2015, 19 s.

HĄBEK, P. & WOLNIAK, R. *Assessing the quality of corporate social responsibility reports: the case of reporting practices in selected European Union member states*.

HOOGHIEMSTRA, Reggy. *Journal of Business Ethics* [online]. 27(1/2), 55-68 [cit. 2017-02-18]. DOI: 10.1023/A:1006400707757. ISSN 01674544. Dostupné z: <http://link.springer.com/10.1023/A:1006400707757>

HORUCKOVÁ, E. *CSR Specialist ve společnosti ČSOB*, Praha, 2017

HYRŠLOVÁ, Jaroslava a Marie KUBÁŇKOVÁ. *Reporting udržitelného rozvoje – Historie a perspektivy*. 2016, 12 s.

INVEST EUROPE. *European Private Equity Activity 2015*. EU, 2016, 76 s. Dostupné také z: <https://www.investeurope.eu/media/476271/2015-european-private-equity-activity.pdf>

IOANNOU, I. and SERAFEIM, G. *The Impact of Corporate Sustainability on Organizational Processes and Performance*. HBS Working Paper Series. 2014.

KAŠPAROVÁ, K. *Odborná asistentka*. Masarykova Univerzita, Brno, 2017

KOLK, A. The integration of corporate governance in corporate social responsibility disclosures. *Corp. Soc. Responsib. Environ. Mgmt*, 2010. 17: 15–26. doi:10.1002/csr.196

KPMG. *International Survey of Corporate Responsibility Reporting 2011*. Netherlands: KPMG, 2011, 36 s. 110973. Dostupné také z: <http://www.econsense.de/sites/all/files/Survey-corporate-responsibility-reporting-2011.pdf>

KPMG. *International Survey of Corporate Responsibility Reporting 2015*. Netherlands: KPMG, 2015, 48 s. 132962. Dostupné také z: <https://assets.kpmg.com/content/dam/kpmg/pdf/2016/02/kpmg-international-survey-of-corporate-responsibility-reporting-2015.pdf>

KPMG. *International Survey of Corporate Responsibility Reporting 2008*. Netherlands: KPMG, 2008, 118 s. Dostupné také z: <http://www.kpmg.com/Global/IssuesAndInsights/ArticlesAndPublications/Pages/Sustainability-corporate-responsibility-reporting-2008.aspx>

LINE, M., BRAUN, N. *Baseline study on CSR practices in the new EU member states and candidate countries*. United Nations Development Programme, 2007. 80 s.

NEATE, Vincent. *KPMG's Partner*. KPMG in the UK, 2015. *Qual Quant*, 2016, 50: 399. doi:10.1007/s11135-014-0155-z

SMĚRNICE EVROPSKÉHO PARLAMENTU A RADY 2014/95/EU. EUROPEAN COMMISSION (COM). *Úřední věstník Evropské unie L 330/1* [online]. 2014 [cit. 2017-04-05]. Dostupné z: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/CS/TXT/?uri=CELEX%3A32014L0095>

STEINEROVÁ M. *Společenská odpovědnost firem – průvodce nejen pro malé a střední podniky*, Praha: Business Leaders Forum Top Partners. 17 s. 2008.

TAGESSON, T. *What explains the extent and content of social and environmental disclosures on corporate websites: a study of social and environmental reporting in Swedish listed corporations*. *Corp. Soc. Responsib. Environ. Mgmt*, 16: s. 352–364. 2009. doi:10.1002/csr.194

VAN DER LAAN, Sandra. *The Role of Theory in Explaining Motivation for Corporate Social Disclosures: Voluntary Disclosures vs 'Solicited' Disclosures*, *Australasian Accounting, Business and Finance Journal*, 3(4), 2009.

WBCSD. *Corporate Social Responsibility (CSR)* [online]. 2017 [cit. 2017-02-18]. Dostupné z: <http://old.wbcsd.org/work-program/business-role/previous-work/corporate-social-responsibility.aspx>

Seznam příloh

Příloha A: Pořadí zemí dle podílu reportujících organizací

Příloha B: Oblasti s dotazy pro oslovené experty

Příloha C: Základní údaje o respondentech – veřejnost

Příloha D: Dotazník určený pro širokou veřejnost

Příloha E: Výsledky testu nezávislosti povědomí o CSR na dosaženém vzdělání

Příloha F: Výsledky testu nezávislosti ekonomické aktivity na místě setkání s CSR

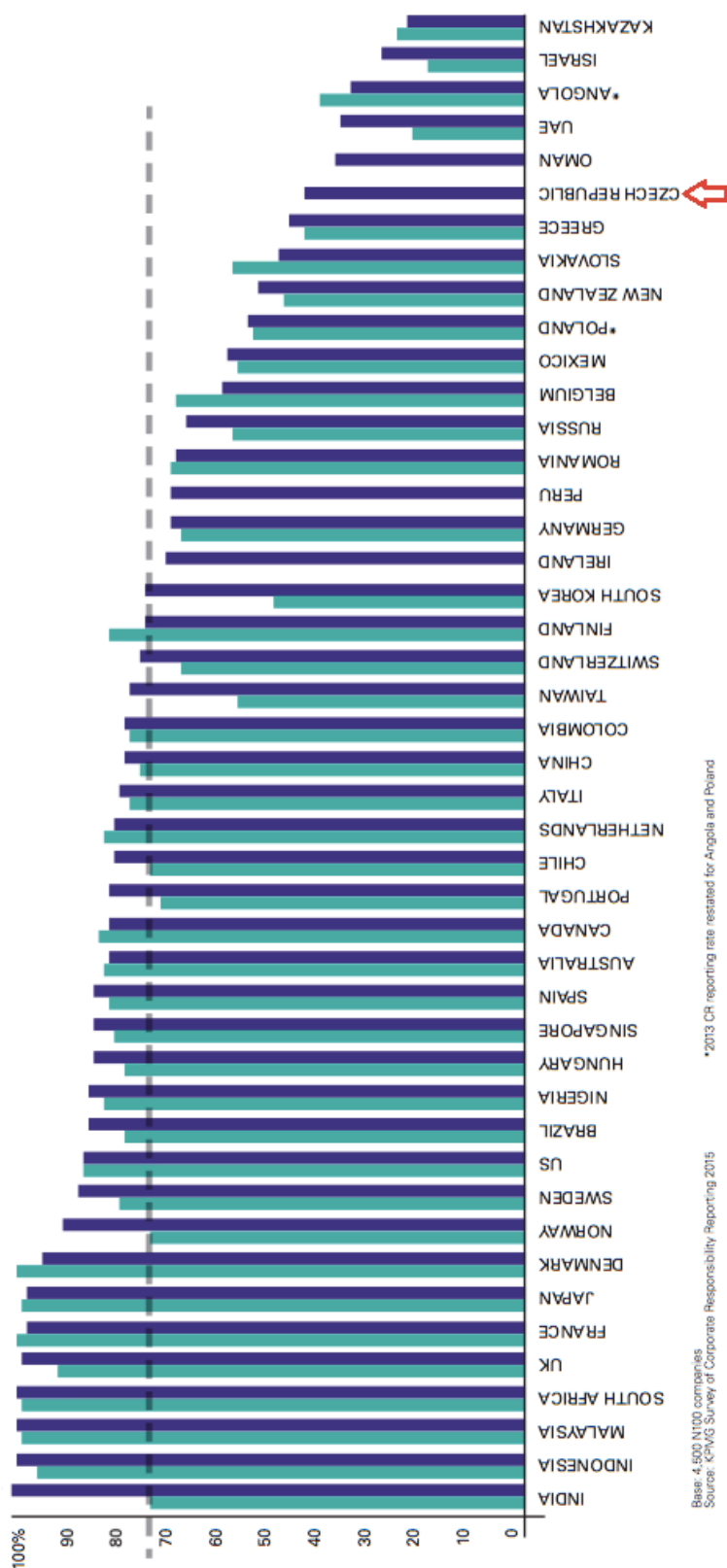
Příloha G: Výsledky testu nezávislosti věk. kategorie na rozhodnutích respondentů

Příloha H: Dotazník určený pro organizace

Příloha I: Základní údaje o respondentech – organizace

Příloha J: Grafika k oblasti měření/reportování CSR – organizace

Příloha A: Pořadí zemí dle podílu reportujících organizací



Zdroj: vlastní zpracování dle KPMG (2015), 2017

Příloha B: Oblasti s dotazy pro oslovené experty

Oblast: Pilíře CSR

Dotaz: Jak jsou dle Vaše názoru prioritizovány samotnými podniky následující oblasti – ekonomická, sociální a environmentální?

Dotaz: Je dle Vašeho názoru "zisk" pro firmy nejdůležitější položkou ekonomického pilíře?

Oblast: Překážky reportování o CSR

Dotaz: Jaké jsou dle Vašeho názoru největší překážky v aktivní iniciativě organizací reportovat o svých společensky odpovědných aktivitách?

Dotaz: Napadají Vás kroky/činnosti (odkud by měly vycházet), které by pomohly větší snaze k měření a reportování o CSR?

Příloha C: Základní údaje o respondentech – veřejnost

Kategorie	Počet odpovědí	Procentní podíl
Pohlaví		
Muži	142	42%
Ženy	200	58%
Věk (v letech)		
18-21	166	49%
22-25	31	9%
26-30	34	10%
31-40	17	5%
41-50	72	21%
51-60	18	5%
60+	4	1%
Nejvyšší dosažené vzdělání		
Bez vzdělání; neúplné základní vzdělání; základní vzdělání; střední bez maturity	29	8%
Střední s maturitou; vyšší odborné	254	74%
Vysokoškolské - bakalářské	23	7%
Vysokoškolské - navazující magisterské	33	10%
Vysokoškolské - postgraduální	3	1%
Ekonomická aktivita		
Nezaměstnaný	2	1%
Mateřská/rodičovská dovolená	2	1%
Student	177	52%
Podnikatel (OSVČ)	18	5%
Zaměstnaný - soukromý sektor	97	28%
Zaměstnaný - státní sektor	35	10%
Důchodce	4	1%
Jiné	7	2%

Zdroj: vlastní zpracování, 2017

Příloha D: Dotazník určený pro širokou veřejnost

Dotazníkové šetření - význam a měření společenské odpovědnosti firem (CSR)

Základní údaje o respondentovi

Otázka č. 1: *Pohlaví*

- Muž
- Žena

Otázka č. 2: *Věk (v letech)*

- 18 -21
- 22 - 25
- 26 - 30
- 31 - 40
- 41 - 50
- 51 - 60
- 60 a více

Otázka č. 3: *Nejvyšší dosažené vzdělání*

- Bez vzdělání; neúplné základní vzdělání; základní vzdělání; střední bez maturity
- Střední s maturitou; vyšší odborné
- Vysokoškolské - bakalářské
- Vysokoškolské - navazující magisterské
- Vysokoškolské - postgraduální

Otázka č. 4: *Ekonomická aktivita*

- Zaměstnaný - státní sektor
- Zaměstnaný - soukromý sektor
- Nezaměstnaný
- Podnikatel (OSVČ)
- Student
- Důchodce
- Mateřská/rodičovská dovolená
- Jiné

Společenská odpovědnost firem (CSR)

Otázka č. 5: *Znáte nebo slyšeli jste o konceptu společenské odpovědnosti firem, tzv. CSR (Corporate Social Responsibility)?*

- Mám povědomí a znám význam
- Mám povědomí, ale neznám přesný význam
- Neznám koncept CSR (následuje otázka č. 9)

Definice společenské odpovědnosti firem - CSR

CSR představuje dobrovolný závazek podniků chovat se v rámci svého fungování odpovědně ke společnosti i prostředí, ve kterém podnikají (Business Leaders Forum, 2010). Dle definice Evropské komise podniky uplatňující CSR začleňují ekonomické, sociální a environmentální (ochrana životního prostředí) dopady do svých každodenních činností.

Otázka č. 6: *Kde jste se setkali s konceptem CSR*

Možnost více odpovědí.

- vzdělávací instituce
- odborná literatura, konference aj.
- pracovní prostředí
- média - TV, tisk, rádio
- internet
- z doslechu, osobní zájmy aj.
- nepamatuji si
- Jiné: _____

Otázka č. 7: *Znáte ve svém okolí organizaci, která alespoň částečně aplikuje ve svých podnikatelských aktivitách koncept CSR? - napište níže její název či jméno*

Odpověď: _____

Otázka č. 8: *Kladete důraz při Vašich rozhodnutích na skutečnost, že firma uplatňuje principy CSR?*

- Ano
- Pouze částečně
- Ne
- Neuvědomuji si to

Pilíře CSR - triple-bottom-line

V zásadě se koncept CSR se opírá o tzv. tři pilíře – ekonomický, sociální a environmentální.

Tyto tři pilíře korespondují se třemi charakteristikami, tzv. triple-bottom-line, neboli třemi „P“ (Kuldová, 2012):

Profit - ekonomická oblast: principy řízení organizace, plnění závazků, transparentnost, dosahování zisku, úplatky aj.
People - sociální oblast: filantropie, zaměstnanecká politika, bezpečnost a zdraví, genderové vyvážení, místní komunita aj.
Planet - environmentální oblast: ochrana zdrojů, ekologické technologie, úspory energie, ekolog. certifikáty aj.

Otázka č. 9: *Koncept CSR se skládá ze tří hlavních pilířů (viz výše). Seřad'te pilíře dle Vašich priorit/preferencí.*

Hodnocení: 1=první místo; 2=druhé místo; 3=třetí místo

- Ekonomická oblast
- Sociální oblast
- Environmentální oblast

Otázka č. 10: *Domníváte se, že společensky odpovědné chování má být výhradou pouze velkých firem?*

- Ano
- Ne, mělo by se týkat i malých a středních podniků a OSVČ
- Ne, mělo by se týkat POUZE malých a středních podniků a OSVČ
- Nevím
- Jiné: _____

Ekonomický pilíř CSR

Otázka č. 11: *Ohodnoťte níže uvedené ekonomické faktory.*

Hodnocení: 1 - velice důležité, 2 - spíše důležité, 3 - neutrální postoj, 4 - spíše nedůležité, 5 - nedůležité

- Ziskovost podniku
- Investiční aktivity - plán rozvoje a investic
- Kvalitní systém řízení firmy
- Kvalita výrobků
- Transparentnost vykazování
- Inovativní přístup v řízení a produktech
- Spolehlivost - platební morálka, včasné plnění termínů

Otázka č. 12: *Napadá Vás jiný faktor mimo výše uvedených, který by měl být součástí ekonomického pilíře CSR?*

Odpověď: _____

Otázka č. 13: *Který z ekonomických faktorů je dle Vašeho názoru vůbec nejdůležitějším?*

- Možnosti viz **otázka č. 11**

Sociální pilíř CSR

Otázka č. 14: *Ohodnoťte níže uvedené sociální faktory.*

Hodnocení: 1 - velice důležité, 2 - spíše důležité, 3 - neutrální postoj, 4 - spíše nedůležité, 5 - nedůležité

- Vzdělávání a rozvoj zaměstnanců
- Komunikace se stakeholdery
- Podpora široké veřejnosti a místních komunit
- Filantropické/dárcovské aktivity
- Mediální objektivita
- Bezpečnost a zdraví zaměstnanců
- Etika organizace - etický kodex
- Rovné příležitosti - genderové vyvážení

Otázka č. 15: *Napadá Vás jiný faktor mimo výše uvedených, který by měl být součástí sociálního pilíře CSR?*

Odpověď: _____

Otázka č. 16: *Který ze sociálních faktorů je dle Vašeho názoru vůbec nejdůležitějším?*

- Možnosti viz **otázka č. 14**

Environmentální pilíř CSR

Otázka č. 17: *Ohodnoťte níže uvedené environmentální faktory.*

Hodnocení: 1 - velice důležité, 2 - spíše důležité, 3 - neutrální postoj, 4 - spíše nedůležité, 5 - nedůležité

- Šetrné zacházení se zdroji (materiál, energie aj.)
- Dopady produktů na životní prostředí
- Recyklace odpadů
- Aplikace ekologických technologií
- Vlastnictví certifikátů a jiné dokumentace se zaměřením na ochranu životního prostředí

Otázka č. 18: *Napadá Vás jiný faktor mimo výše uvedených, který by měl být součástí environmentálního pilíře CSR?*

Odpověď: _____

Otázka č. 19: *Který z environmentálních faktorů je dle Vašeho názoru vůbec nejdůležitějším?*

- Možnosti viz **otázka č. 17**

Reporting CSR

reportovat = vykazovat, hodnotit, měřit

Otázka č. 20: *Věděli jste, že společenskou odpovědnost firem lze reportovat pomocí k tomu určených metod a standardů?*

- Ano
- Ne

Otázka č. 21: *Které z následujících nástrojů určených k reportování o CSR znáte?*

Není myšlena hluboká znalost, postačující je povědomí. Možnost zvolit více odpovědí.

Možnost více odpovědí.

- SA 8000 - Social Accountability International
- OECD Guidelines for Multinational Enterprises
- ISO 26 000
- IASE 3000
- AA 1000 AccountAbility/Assurance Standard
- Global Reporting Initiative (GRI)
- London Benchmarking Group (Standard odpovědná firma v ČR)
- DowJones Sustainability Index
- ISO 14 000
- EMAS
- UN Global Compact
- Tripartitní deklarace - ILO
- Global Sullivan Principles
- Corporate Responsibility Index
- Jiné: _____

Otázka č. 22: *Setkal/a jste se někdy s konkrétním výkazem reportingu CSR?*

- Ano
- Ne
- Nevím, zda se zcela jistě jednalo o dokument tohoto typu.

Příloha E: Výsledky testu nezávislosti dosaženého vzdělání na povědomí o CSR

The results of a contingency table χ^2 statistical test performed at 10:36 on 12-APR-2017

data: contingency table

	A	B	C	
1	23	6	0	29
2	70	93	91	254
3	7	7	9	23
4	11	12	13	36
	111	118	113	342

expected: contingency table

	A	B	C
1	9.41	10.0	9.58
2	82.4	87.6	83.9
3	7.46	7.94	7.60
4	11.7	12.4	11.9

chi-square = 34.2
degrees of freedom = 6
probability = 0.000

probability = 0,00062%

Zdroj: vlastní zpracování dle CSB/SJU (online, 2017); 2017

Příloha F: Výsledky testu nezávislosti ekonomické aktivity na místě setkání s CSR

The results of a contingency table X^2 statistical test performed at 10:40 on 12-APR-2017

data: contingency table

	A	B	C	D	E	F	
1	7	101	30	70	34	26	268
2	27	17	9	38	34	27	152
	34	118	39	108	68	53	420

expected: contingency table

	A	B	C	D	E	F
1	21.7	75.3	24.9	68.9	43.4	33.8
2	12.3	42.7	14.1	39.1	24.6	19.2

chi-square = 65.3
degrees of freedom = 5
probability = 0.000

probability = 0,000000000097%

Zdroj: vlastní zpracování dle CSB/SJU (online, 2017); 2017

Příloha G: Výsledky testu nezávislosti věk. kategorie na rozhodnutích respondentů

The results of a contingency table χ^2 statistical test performed at 10:43 on 12-APR-2017

data: contingency table

	A	B	C	D	
1	7	33	73	59	172
2	8	14	20	17	59
	15	47	93	76	231

expected: contingency table

	A	B	C	D
1	11.2	35.0	69.2	56.6
2	3.83	12.0	23.8	19.4

chi-square = 7.74
degrees of freedom = 3
probability = 0.052

probability = 5,170%

Zdroj: vlastní zpracování dle CSB/SJU (online, 2017); 2017

Příloha H: Základní údaje o respondentech – organizace

Kategorie	Počet odpovědí	Podíl
Klasifikace činností organizace dle NACE		
I Ubytování, stravování a pohostinství	5	11%
L Činnosti v oblasti nemovitostí	3	6%
N Administrativní a podpůrné činnosti	13	28%
K Peněžnictví a pojištnictví	9	19%
G Velkoobchod a maloobchod; opravy a údržba motorových vozidel	12	26%
C Zpracovatelský průmysl	3	6%
F Stavebnictví	2	4%
Počet zaměstnanců		
do 10	10	21%
10-49	16	34%
50-249	15	32%
250+	6	13%
Roční obrat		
do 2 mil. €	27	57%
2-9 mil. €	13	28%
10-49 mil. €	5	11%
50+ mil. €	2	4%

Zdroj: vlastní zpracování, 2017

Příloha I: Dotazník určený pro organizace

Dotazníkové šetření - význam a měření společenské odpovědnosti firem (CSR)

Základní údaje o organizaci

Otázka č. 1: *Klasifikace ekonomických činností organizace dle NACE*

- A Zemědělství, lesnictví, rybářství
- B Těžba a dobývání
- C Zpracovatelský průmysl
- D Výroba a rozvod elektřiny, plynu, tepla a klimatizace vzduchu
- E Zásobování vodou; činnosti související s odpady a sanacemi
- F Stavebnictví
- G Velkoobchod a maloobchod; opravy a údržba motorových vozidel
- H Doprava a skladování
- I Ubytování, stravování a pohostinství
- J Informační a komunikační činnosti
- K Peněžnictví a pojišťovnictví
- L Činnosti v oblasti nemovitostí
- M Profesionální, vědecké a technické činnosti
- N Administrativní a podpůrné činnosti
- Veřejná správa a obrana; povinné sociální zabezpečení
- P Vzdělávání
- Q Zdravotní a sociální péče
- R Kulturní, zábavní a rekreační činnosti
- S Ostatní činnosti
- T Činnosti domácností
- U Činnosti exterritoriálních organizací a orgánů

Otázka č. 2: *Počet zaměstnanců*

- Méně než 10 osob
- 10 - 49 osob
- 50 - 249 osob
- 250 osob a více

Otázka č. 3: *Roční obrat (poslední známý údaj)*

- do 2 mil. €
- 2 mil. € - 9 mil. €
- 10 mil. € - 49 mil. €
- 50 mil. € a více

Společenská odpovědnost firem (CSR)

Otázka č. 4: *Znáte koncept společenské odpovědnosti firem, tzv. CSR (Corporate Social Responsibility)?*

- Mám povědomí a znám význam
- Mám povědomí, ale neznám přesný význam
- Neznám koncept CSR

Definice společenské odpovědnosti firem - CSR

CSR představuje dobrovolný závazek podniků chovat se v rámci svého fungování odpovědně ke společnosti i prostředí, ve kterém podnikají (Business Leaders Forum, 2010). Dle definice Evropské komise podniky uplatňující CSR začleňují ekonomické, sociální a environmentální (ochrana životního prostředí) dopady do svých každodenních činností.

Otázka č. 4: *Uplatňuje, případně jak, Vaše organizace alespoň částečně některý z principů CSR?*

- Ano - externí normy, certifikace
- Ano - vnitřní předpisy organizace
- Ano - bez norem, pouze součástí firemní kultury
- Ne (následuje otázka č. 7)
- Nejsem si zcela jist (následuje otázka č. 7)

Otázka č. 5: *Přináší uplatňování politiky CSR Vaší organizaci konkurenční výhodu?*

- Ano, mám tento pocit
- Ano, mám to podložené fakty
- Ne
- Nevím

Otázka č. 6: *Klade organizace důraz na politiku CSR i v rámci dodavatelsko-odběratelského řetězce?*

- Ano - je požadována certifikace
- Ano - není požadována certifikace
- Ne
- Nevím

Pilíře CSR - triple-bottom-line

V zásadě se koncept CSR se opírá o tzv. tři pilíře – ekonomický, sociální a environmentální.

Tyto tři pilíře korespondují se třemi charakteristikami, tzv. triple-bottom-line, neboli třemi „P“ (Kuldová, 2012):

Profit - ekonomická oblast: principy řízení organizace, plnění závazků, transparentnost, dosahování zisku, úplatky aj.

People - sociální oblast: filantropie, zaměstnanecká politika, bezpečnost a zdraví, genderové vyvážení, místní komunita aj.

Planet - environmentální oblast: ochrana zdrojů, ekologické technologie, úspory energie, ekolog. certifikáty aj.

Otázka č. 7: *Koncept CSR se skládá ze tří hlavních pilířů (viz výše). Jak jednotlivé oblasti Vaše organizace prioritizuje ve svých činnostech? Případně jak by při uplatňování CSR oblasti dle Vaše názoru prioritizovala.*

Hodnocení: 1=první místo; 2=druhé místo; 3=třetí místo

- Ekonomická oblast
- Sociální oblast
- Environmentální oblast

Reporting/měření CSR

reportovat = vykazovat, hodnotit, měřit

Otázka č. 8: *Měří/reportuje (jakou formou) Vaše organizace o svých CSR aktivitách*

- Ano - v rámci účetní závěrky/konsolidované účetní závěrky
- Ano - na webových stránkách organizace
- Ano - neauditovaná dokumentace
- Ano - CSR report
- Ne (následuje otázka č. 12)

Otázka č. 9: *Má Vaše společnost přímo vymezené personální zdroje k měření/reportingu CSR politiky?*

- Ano
- Ano, nejedná se ovšem o jejich hlavní pracovní zaměření
- Ne
- Nevím

Otázka č. 10: *Jak dlouho Vaše organizace měří/reportuje o CSR?*

Není zapotřebí naprosto přesný údaj, postačující je odhad.

- Méně než 2,5 roku
- 2,5 - 5 let
- 5 a více let

Otázka č. 11: *Využívá Vaše organizace k měření/reportování některé z uvedených nástrojů/metod?*

Možnost více odpovědí.

- AA 1000 AccountAbility/Assurance Standard
- SA 8000 - Social Accountability International
- ISO 26 000
- IASE 3000
- Global Reporting Initiative (GRI)
- London Benchmarking Group (Standard odpovědná firma v ČR)
- Corporate Responsibility Index
- DowJones Sustainability Index
- OECD Guidelines for Multinational Enterprises
- ISO 14 000
- EMAS
- UN Global Compact
- Tripartitní deklarace - ILO
- Global Sullivan Principles

Otázka č. 12: *Existuje dle Vašeho názoru dostatečné povědomí o možnostech měření/reportingu CSR aktivit?*

- | | | | | | |
|--------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-------------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | |
| Rozhodně ano | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | Rozhodně ne |

Otázka č. 13: *Které z uvedených skupin (stakeholders) nejvíce využívají výsledky měření/reportingu CSR aktivit organizací?*

Možnost více odpovědí.

- Dodavatelé
- Odběratelé
- Zaměstnanci
- Odbory
- Státní instituce a místní samosprávy
- Vlastníci
- Manažeři
- Konkurence
- Široká veřejnost
- Jiné: _____

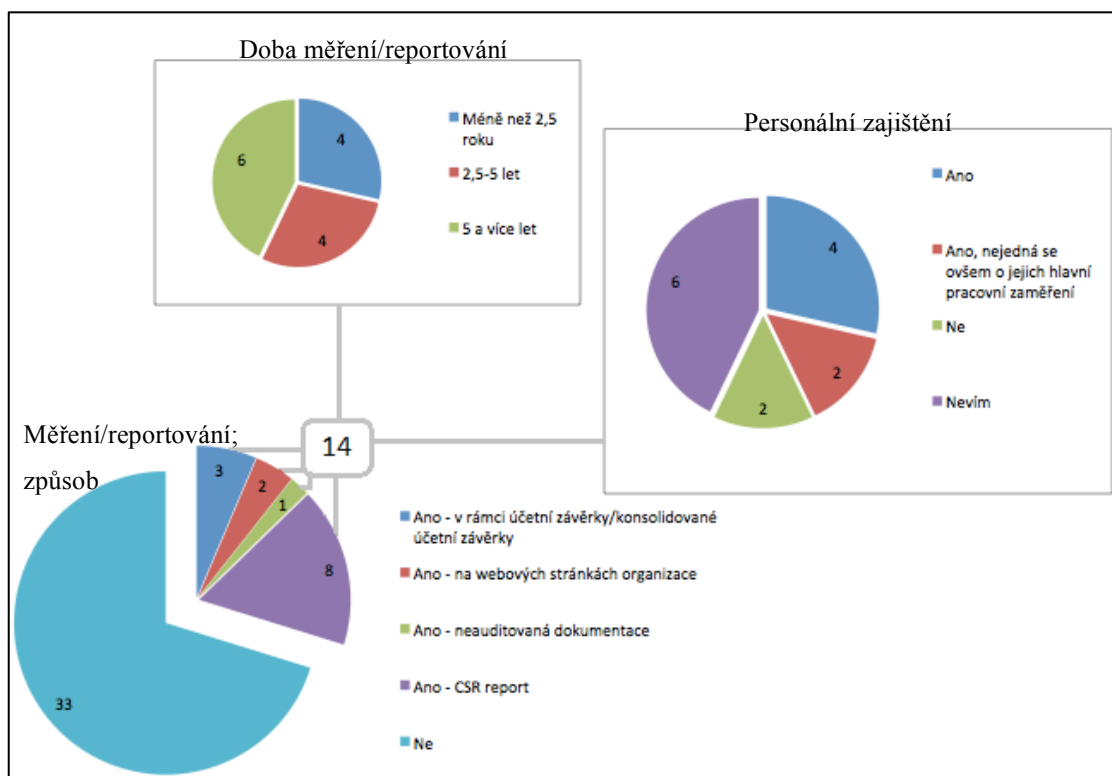
Otázka č. 14: *Co považujete za největší překážku k zavedení měření/reportování CSR aktivit?*

Myšleno přímo měření/reportování, nikoli samotné zavádění konceptu CSR.

Možnost více odpovědí.

- Finanční náročnost
- Přístup managementu organizace
- Složitost a časová náročnost
- Personální požadavky
- Nedostatečné informace
- Jiné: _____

Příloha J: Grafika k oblasti měření/reportování CSR – organizace



Zdroj: vlastní zpracování, 2017

Abstrakt

KUTLÁK, Jiří. *Význam a měření společenské odpovědnosti firem*. Diplomová práce. Plzeň: Fakulta ekonomická ZČU, 83 s., 2017.

Klíčová slova: společenská odpovědnost firem, měření, reportování, stakeholders

Tématem předložené diplomové práce je význam a měření společenské odpovědnosti firem. Hlavním cílem této práce je na základě provedeného výzkumu zhodnocení současného stavu v oblasti významu a měření CSR. První část práce obsahuje teoretické ukotvení CSR včetně představení procesu implementace. Zavádění koncepce CSR v organizaci je popisováno zejména v oblasti měření a reportování. Součástí tohoto popisu je také představení a vzájemná komparace vybraných standardů a norem. Další část výzkumu se zaměřuje na analýzu vybraných faktorů CSR. V poslední části práce jsou popsána a statisticky zanalyzována dotazníková šetření mezi širokou veřejností a organizacemi. Na základě získaných dat jsou vytvářeny dílčí výstupy, které jsou následně využity k závěrečnému zhodnocení a k odhadu možných budoucích tendencí.

Abstract

KUTLÁK, Jiří. *Significance and measurement of corporate social responsibility*. Diploma thesis. Pilsen: Faculty of Economics, University of West Bohemia, 83 pages, 2017.

Key words: Corporate Social Responsibility, measurement, reporting, stakeholders

The topic of this presented diploma thesis is the Significance and measurement of the corporate social responsibility. The main objective of this work is, based on the research carried out, to evaluate the current state of the importance and measurement of the CSR. The first part of the thesis contains the theoretical anchor of the CSR, including the introduction of the implementation process. Implementation of the CSR concept in the organization is mainly described in the field of measurement and reporting. This description also includes the introduction and mutual comparison of selected standards and norms. Another part of the research focuses on the analysis of selected CSR factors. The last part of the work is described and statistically analyzed questionnaire surveys among the general public and organizations. On the basis of the data obtained, partial conclusions are produced, which are subsequently used to evaluate and estimate possible future trends.