UNIVERZITA PARDUBICE
FAKULTA CHEMICKO-TECHNOLOGICKÁ

# BAKALÁŘSKÁ PRÁCE

2014 Pavla Kholová

Univerzita Pardubice

Fakulta chemicko-technologická

# Společenská odpovědnost podniků v potravinářském průmyslu

Pavla Kholová

Bakalářská páce

2014

**Univerzita Pardubice**
**Fakulta chemicko-technologická**
Akademický rok: **2013/2014**

# ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

| | |
|---|---|
| Jméno a příjmení: | **Pavla Kholová** |
| Osobní číslo: | **C11944** |
| Studijní program: | **B2807 Chemické a procesní inženýrství** |
| Studijní obor: | **Ekonomika a management chemických a potravinářských podniků** |
| Název tématu: | **Společenská odpovědnost podniků v potravinářském průmyslu** |
| Zadávající katedra: | **Katedra ekonomiky a managementu chemického a potravinářského průmyslu** |

Zásady pro vypracování:

1. Vymezení společenské odpovědnosti podniků.
2. Oblasti a aktivity prováděné v rámci společenské odpovědnosti podniků.
3. Institucionální rámec společenské odpovědnosti podniků.
4. Reportování společenské odpovědnosti podniků.
5. Specifika potravinářského průmyslu z hlediska společenské odpovědnosti podniků.
6. Posouzení vybraného potravinářského podniku z pohledu společenské odpovědnosti podniků.
7. Zhodnocení a závěr.

Rozsah pracovní zprávy: **cca 40 stran**

Forma zpracování bakalářské práce: **tištěná/elektronická**

Seznam odborné literatury:


1. BACHER, CH. Corporate social responsibility. 1. vyd. Munchen: GRIN Verlag 2005. ISBN 978-3-638-63656-8.
2. CARROLL, A. Business and society. 3. vyd. Boston: Sage Publishing, 1999.
3. KULDOVÁ, L. Společenská odpovědnost firem Etické podnikání a sociální odpovědnost v praxi. 1. vyd. Plzeň: Kanina, 2010. ISBN 978-80-87269-12-1.
4. KUNZ, V. Společenská odpovědnost firem. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2012. ISBN 978-80-247-3983-0.
5. MULLERAT, R.; BRENNAN, D. Corporate social responsibility: the corporate governance of the 21st century. 2. vyd. USA: Aspen Publishers, 2011. ISBN 978-90-411-3252-9.
6. PAVLÍK, M.; BĚLČÍK, M. a kol. Společenská odpovědnost podniků CSR v praxi a jak s ním dál. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2010. ISBN 978-80-247-3157-5.
7. ZADRAŽILOVÁ, D. a kol. Společenská odpovědnost podniků Transparentnost a etika podnikání. 1. vyd. Praha: C. H. Beck, 2010. ISBN 978-80-7400-192-5.


Vedoucí bakalářské práce: **Ing. Jan Svědík**
Katedra ekonomiky a managementu chemického a potravinářského průmyslu

Datum zadání bakalářské práce: **25. února 2014**

Termín odevzdání bakalářské práce: **18. července 2014**

prof. Ing. Petr Lošťák, DrSc.
děkan

L.S.

doc. Ing. Lenka Branská, Ph.D.
vedoucí katedry

V Pardubicích dne 25. února 2014

Prohlašuji:
Tuto práci jsem vypracovala samostatně. Veškeré literární prameny a informace, které jsem v práci využila, jsou uvedeny v seznamu použité literatury.
Byla jsem seznámena s tím, že se na moji práci vztahují práva a povinnosti vyplývající ze zákona č. 121/2000 Sb., autorský zákon, zejména se skutečností, že Univerzita Pardubice má právo na uzavření licenční smlouvy o užití této práce jako školního díla podle § 60 odst. 1 autorského zákona, a s tím, že pokud dojde k užití této práce mnou nebo bude poskytnuta licence o užití jinému subjektu, je Univerzita Pardubice oprávněna ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které na vytvoření díla vynaložila, a to podle okolností až do jejich skutečné výše.

Souhlasím s prezenčním zpřístupněním své práce v Univerzitní knihovně.

V Pardubicích dne 14. 7. 2014

Pavla Kholová

**Poděkování**

Na tomto místě bych ráda poděkovala vedoucímu mé bakalářské práce panu Ing. Janu Svědíkovi za cenné připomínky a rady.

**Anotace**

Cílem bakalářské práce je popsat problematiku společenské odpovědnosti podniků, to čím se vyznačuje a také kde se využívá. Dále pak provést analýzu společenské odpovědnosti ve vybraném podniku.

**Klíčová slova**

společenská odpovědnost podniků, triple – bottom line, potravinářský průmysl

**Title**

Corporate social responsibility in the food industry

**Annotation**

The aim of this bachelor work is to describe the problems of corporate social responsibility; it is characterized and where it is used. Then to analyze social responsibility in the selected company.

**Keywords**

corporate social responsibility, triple – bottom line, food industry

# Obsah

Úvod ..... 8
1 Společenská odpovědnost podniků ..... 9
1.1 Vymezení společenské odpovědnosti podniků ..... 9
1.2 Oblasti a aktivity společenské odpovědnosti podniků ..... 11
1.3 Argumenty pro a proti společenské odpovědnosti podniků ..... 17
1.3.1 Argumenty pro společenskou odpovědnost podniků ..... 17
1.3.2 Argumenty proti společenské odpovědnosti podniků ..... 18
1.4 Institucionální rámec společenské odpovědnosti podniků ..... 18
1.5 Reportování a standardy společenské odpovědnosti podniků ..... 20
1.5.1 Standardy související s reportováním CSR ..... 22
1.5.2 Další standardy související s CSR ..... 23
2 CSR v potravinářském průmyslu ..... 25
2.1 Ekonomická oblast společenské odpovědnosti podniků v potravinářském průmyslu ..... 26
2.2 Environmentální oblast společenské odpovědnosti podniků v potravinářském průmyslu ..... 27
2.3 Sociální oblast společenské odpovědnosti podniků v potravinářském průmyslu .29
3 Společenská odpovědnost ve společnosti Perník, s.r.o. ..... 31
3.1 Představení společnosti Perník, s.r.o. ..... 31
3.2 Analýza CSR společnosti Perník, s.r.o. ..... 33
3.3 Zhodnocení a návrhy zlepšení společenské odpovědnosti společnosti Perník, s.r.o. 35
Závěr ..... 37
Seznam literatury ..... 38
Seznam zkratek ..... 42
Seznam obrázků ..... 43
Seznam tabulek ..... 43

# Úvod

Konceptem společenské odpovědnosti podniků se v dnešní době zabývá stále více firem. V důsledku rostoucího tlaku ze strany konkurence se zaměřují i na jiné cíle než jen sledování maximalizace zisku. Pro společnosti je důležité udržet si své „dobré jméno“ a s odpovědným chováním si ho firmy nejen udrží, ale získají i konkurenční výhody. Společenská odpovědnost firem nic nenařizuje, je to dobrovolný závazek, který firmy přijmou, aby mohly dosáhnout lepších výsledků a vyšších dlouhodobých zisků.

Firmy zabývající se společenskou odpovědností vyvíjejí aktivity s cílem odpovědného chování vůči svým zaměstnancům, zákazníkům a dalším zainteresovaným subjektům. Dále se zaměřují na negativní dopady firemních aktivit na životní prostředí a na jejich minimalizaci.

Bakalářská práce je rozdělena na teoretickou a praktickou část. Teoretická část je rozdělena na dvě kapitoly. V první kapitole je přiblížen samotný pojem společenské odpovědnosti firem, její definice a oblasti, ve kterých lze koncept společenské odpovědnosti nalézt. Součástí kapitoly je také obecné rozdělení konceptu na tři základní pilíře (ekonomický, environmentální a sociální). Dále jsou v této kapitole vymezeny argumenty pro a proti přijetí konceptu společenské odpovědnosti a přínosy, které by firmy po přijetí mohly získat. V neposlední řadě první kapitola zahrnuje instituce, které se zabývají konceptem společenské odpovědnosti. Druhá kapitola se věnuje společenské odpovědnosti firem v potravinářském průmyslu ve všech základních oblastech daného konceptu.

Poslední kapitolou bakalářské práce je praktická část, která se zabývá zhodnocením poskytovaných aktivit v rámci společenské odpovědnosti ve vybrané firmě v oblasti potravinářského průmyslu. Analýza je zaměřena na všechny tři oblasti společenské odpovědnosti.

Cílem bakalářské práce je analýza společenské odpovědnosti ve vybraném podniku. Tato analýza se zejména zaměřuje na vztah firmy ke svým zaměstnancům, životnímu prostředí a kvalitu poskytovaných výrobků. Dále jsou v ní také zahrnuty aktivity vyvíjené v oblasti filantropie. Na základě této analýzy pak stanovit, zda se daný podnik chová společensky odpovědně či nikoli.

# 1 Společenská odpovědnost podniků

Společenská odpovědnost podniků, známější spíše pod názvem Corporate social responsibility (CSR), se postupně utváří již od samých začátků podnikání. Avšak novodobé pojetí této problematiky se začalo intenzivněji rozvíjet až ve druhé polovině minulého století.

Významným mezníkem v CSR ve světě byl rok 1953, když ekonom Howard Bowen vydal knihu s názvem Social Responsibility of Businessman, ve které uvádí první definici společensky odpovědného chování. Jeho práce vychází z přesvědčení, že rozhodování a činnosti největších firem se v mnoha bodech dotýkají občanů. Dílo je považováno za vznik moderního konceptu CSR. Dále v rámci CSR byl důležitý rok 1996 a to především pro Evropskou Unii (EU). Bývalý předseda Evropské komise Jacques Delors v tomto roce podpořil založení evropské expertní centrály, nyní známou pod názvem CSR Europe.[1] Partnerem této instituce v České republice je Business Leaders Forum.

## 1.1 Vymezení společenské odpovědnosti podniků

Pojem CSR v současné době nemá jednotnou celosvětovou definici. Je to způsobeno tím, že CSR je založeno na dobrovolné činnosti podniků a nemá žádné vymezené hranice. Existuje tak mnoho možností k chápání a volnému výkladu tohoto konceptu. Výsledkem těchto myšlenek je velké množství různých definic a přístupů k vymezení CSR.[2]

Mezinárodní nezisková organizace Business for Social Responsibility CSR definuje takto: *„CSR je způsob podnikání, který odpovídá či jde nad rámec etických, zákonných, komerčních a společenských očekávání.“*[3]

World Business Council for Sustainable Development (Světová obchodní rada pro udržitelný rozvoj) definuje CSR následně: *„CSR je kontinuální závazek podniků chovat se*

[1] CARROLL, A. *Business and society*. Boston: Sage Publishing, 1999, s. 269.
[2] PAVLÍK, M.; BĚLČÍK, M. a kol. *Společenská odpovědnost podniků – CSR v praxi a jak s ním dál*. Praha: Grada Publishing, 2010, s. 18.
[3] Business for Social Responsibility, cit. podle PAVLÍK, M.; BĚLČÍK, M. a kolektiv. *Společenská odpovědnost podniků – CSR v praxi a jak s ním dál*. Praha: Grada Publishing, 2010, s. 19.

*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.“*[4]

Evropská unie definuje CSR takto: *„CSR je dobrovolné integrování sociálních, ekologických, etických aspektů a zájmů spotřebitelů do každodenních firemních operací v úzké spolupráci s firemními stakeholdery.“*[5]

Podle sdružení Business Leaders Forum České republiky lze CSR definovat takto: *„jedná se o dobrovolný závazek podniků chovat se v rámci svého fungování odpovědně ke společnosti i prostředí, ve kterém podnikají.“*[6]

Podle těchto definic lze říci, že se jedná o úspěšné podnikání s ohledem na sociální a ekologické zájmy. Společensky odpovědná firma uspokojuje požadavky zákazníků a dalších osob, se kterými při svých činnostech spolupracuje, jako jsou např. dodavatelé, investoři, zaměstnanci anebo místní komunity.[7]

Mezi základní principy konceptu společensky odpovědných firem patří především[8]:

- dobrovolnost – dobrovolné aktivity, které firmy vyvíjejí nad rámec legislativy;
- transparentnost – možnost přístupu k informacím pro zainteresované skupiny;
- komplexnost – nezajímat se pouze o zisk, ale zaměřit se i na ekonomické, environmentální i sociální aspekty své činnosti;
- dlouhodobost – zaměření na dlouhodobé cíle a dlouhodobou udržitelnost;
- odpovědnost vůči společnosti a závazek firem přispívat k rozvoji kvality života.

Koncept CSR přináší firmám celou řadu výhod především nefinanční podoby. Lze mezi ně zařadit zlepšení pověsti firmy, hodnoty značky, nová partnerství a vyšší důvěru ve firmu. Společenská odpovědnost firem se neaplikuje pouze v soukromém sektoru, ale i v občanském sektoru, který zastupují především neziskové organizace.[9]

[4] WBCSD. [online]. 2009 [cit. 2013-12-21]. Dostupné z: http://www.wbcsd.org/about/overview.aspx.
[5] Evropská komise.*Corporate Social Responsibility (CSR)* [online]. 2013 [cit. 2013-11-24]. Dostupné z: http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sustainable-business/corporate-social-responsibility/index_en.htm
[6] BUSINESS LEADERS FORUM. *Společenská odpovědnost firem* [online]. 2012 [cit. 2013-12-21]. Dostupné z: http://www.csr-online.cz/co-je-csr/slovnik-pojmu/.
[7] BUSINESS LEADERS FORUM. *Společenská odpovědnost firem* [online]. 2008 [cit. 2013-11-24]. Dostupné z: http://www.csr-online.cz/wp-content/uploads/2012/11/BLF_Pruvodce_CSR.pdf.
[8] KUNZ, V. *Společenská odpovědnost firem.* Praha: Grada Publishing, 2012, s. 17.
[9] KULDOVÁ, L. *Společenská odpovědnost firem – Etické podnikání a sociální odpovědnost v praxi.* Plzeň: Kanina, 2010, s. 19.

## 1.2 Oblasti a aktivity společenské odpovědnosti podniků

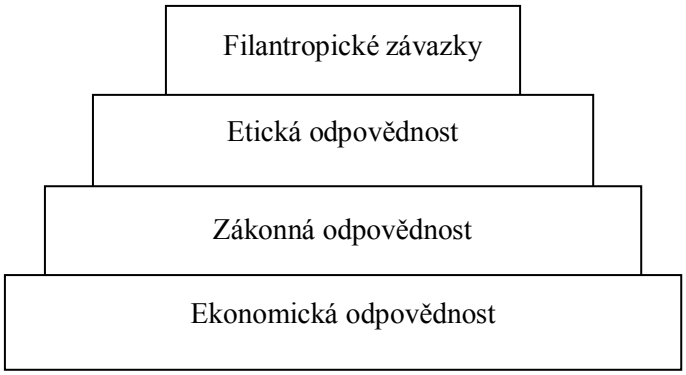
Ve druhé polovině minulého století byla zformulována myšlenka, podle které má podnik vedle závazků ekonomických a zákonných také závazky ke společnosti a pokud je podnik dlouhodobě neplní, může mu společnost právo na podnikání odebrat, jedná se o tzv. Železný zákon. V této době se také utváří názor, že pokud podnik plní pouze legislativní požadavky, nelze ho považovat za společensky odpovědný.[10]

Na základě předešlých poznatků Carroll dobrovolné aktivity firem rozdělil do čtyř oblastí, jsou jimi ekonomická odpovědnost, zákonná odpovědnost, etická odpovědnost a dobrovolné (filantropické) závazky. V rámci ekonomické odpovědnosti podniky uspokojují potřeby trhu a zhodnocují investice vlastníků, zákonná povinnost znamená dodržování lokální legislativy a v etické odpovědnosti se od podniků očekává, že se budou chovat v souladu s očekáváními společnosti, která nejsou zákonně ustanovena. V rámci poslední oblasti, filantropické závazky, je cílem aktivit vědomá podpora druhých organizací či osob, snažící se o vyšší kvalitu života jak jednotlivce, tak i celé společnosti. Existuje mnoho způsobů, jak toho dosáhnout, může se jednat o finanční příspěvky, věcné dary, firemní nadace (nadační fondy), poskytnutí služeb (poradenství, právní služby nebo nájem prostor), zapůjčení produktu nebo o dobrovolnou práci zaměstnanců. Firmy, které se angažují v oblasti firemní filantropie, mohou získat spoustu benefitů, jako např. vyšší loajálnost zaměstnanců, pozitivní image firmy, posilování hodnoty značky nebo daňové výhody. Firmy mohou k filantropii přistupovat buď proaktivně anebo reaktivně. Pokud firmy zvolí proaktivní přístup, znamená to, že firma má vypracovanou dárcovskou strategii, podle které dobročinné organizace podporuje. Má stanovené cílové skupiny i oblasti, které budou podporovány. Při reaktivním přístupu, firmy čekají na příchozí žádosti, které dle svého uvážení budou podporovat nebo ne.[11]

[10] KAŠPAROVÁ, K. *Vývoj společenské odpovědnosti podniků.* [online]. [cit. 2013-12-21]. Dostupné z: http://www.csr-online.cz/wp-content/uploads/2012/11/K_Kasparova_Vyvoj-CSR.pdf.

[11] KUNZ, V. *Společenská odpovědnost firem*. Praha: Grada Publishing, 2012, s. 54.
PAVLÍK, M.; BĚLČÍK, M. a kol. *Společenská odpovědnost podniků – CSR v praxi a jak s ním dál.* Praha: Grada Publishing, 2010, s. 23.

Zobrazení hierarchie aktivit CSR dle Carrolla lze vidět na Obr. 1.




**Obr. 1 - Hierarchie CSR**[12]

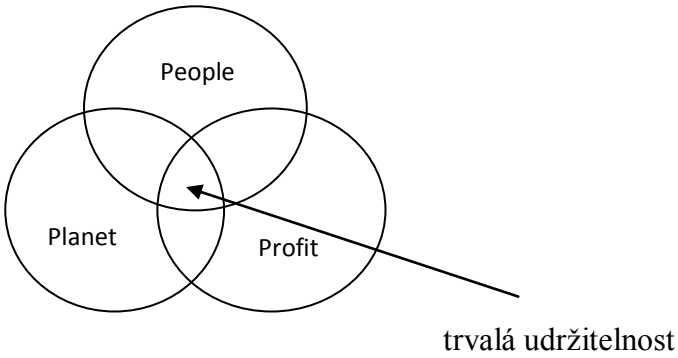
Steinerová dobrovolné aktivity firem rozdělila do následujících oblastí: trh, pracovní prostředí, místní komunita a životní prostředí. V rámci tržního prostředí se od firmy očekává transparentnost a pozitivní vztahy s investory, zákazníky, dodavateli a dalšími obchodními partnery. Odpovědný přístup k obchodním partnerům přispívá ke zlepšování vzájemné důvěry partnerů, zvyšování kvality produktů a služeb a následně k dosahování vyššího zisku. V této oblasti se také sleduje dopad podniku na ekonomiku, například v podpoře rozvoje zaměstnanosti, budování infrastruktury či boje proti korupci. Oblast pracovního prostředí je především zaměřena na zaměstnance, motivovaní zaměstnanci jsou produktivní a loajální, což firmám snižuje náklady na přijímání nové pracovní síly. V rámci oblasti místní komunity by firmy měly dbát o „dobré sousedské vztahy“. Můžou jich například dosáhnout pomocí finanční či materiální podpory veřejných aktivit a projektů, podporou kvality života občanů, vzděláváním občanů anebo spoluprácí se školami. Poslední oblastí je životní prostředí, v rámci které by se firmy měly pokusit o minimalizaci negativního dopadu na životní prostředí. Ekologický způsob podnikání může firmě přinést finanční úspory, kterých dosáhne šetrným využitím energie, minimalizací odpadu a recyklací. To vše vede ke snížení nákladů a zefektivnění provozu.[13]

Alternativně bývá literaturou koncept CSR rozdělen do tří oblastí: ekonomická (odpovídá trhu), sociální (spojení pracovního prostředí a místní komunity) a environmentální (odpovídá životnímu prostředí). Tyto ucelené oblasti jsou spíše známy

[12] KULDOVÁ, L. *Společenská odpovědnost firem – Etické podnikání a sociální odpovědnost v praxi*. Plzeň: Kanina, 2010, s. 20.
[13]STEINEROVÁ, M. *Koncept CSR v praxi průvodce odpovědným podnikáním.* [online]. 2008 [cit. 2014-03-05]. Dostupné z: http://www.spolecenskaodpovednostfirem.cz/wp-content/uploads/2013/09/Koncept%20CSR%20v%20praxi.pdf.

pod názvy People, Profit a Planet a jsou označovány jako *Triple – bottom line* neboli „3P“, jejímž smyslem je propojení všech třech oblastí. People v tomto pojetí představuje sociální sféru, profit pak ekonomickou sféru označovanou též jako zisk a poslední sféra planet představuje životní prostředí. Propojení těchto tří oblastí je pro firmy výhodné z hlediska jejich prosperity a růstu. Manažeři firem si v posledních letech stále více uvědomují, že se nemůžou ve své činnosti zaměřovat jen na zisk, ale musí zohlednit i další faktory, jako jsou principy CSR. [14]

Zobrazení základních tří pilířů Triple – bottom line lze vidět na Obr. 2. Prostřední část je průnikem všech oblastí a znamená trvalou udržitelnost rozvoje. Průsečík těchto okruhů je principem CSR neboť představuje rovnovážný stav.




**Obr. 2 - Triple - bottom line**[15]

Společensky odpovědná firma v ***ekonomické sféře*** především dbá na své dobré vztahy se zákazníky, dodavateli, odběrateli a investory. Společnosti by v rámci této oblasti měly především dodržovat transparentnost, to znamená zveřejňování informací finančního i nefinančního charakteru. Je důležité, aby firmy dbaly o dobré vztahy se zákazníky, toho nejlépe dosáhnou tím, že budou poskytovat kvalitní výrobky či služby za příznivé ceny nebo budou poskytovat kvalitní poprodejní servis. Dále by firmy měly dbát o dobré vztahy s dodavateli, tím se rozumí dodržování termínů splatnosti či smluvených podmínek pro dodání výrobků. Tento pilíř také zahrnuje etiku marketingu a reklamy, pod kterou si lze představit poskytování jasných a přesných informací o výrobcích a dodržování etického kodexu reklamy a z toho vyplývající i etické chování uvnitř celé společnosti. Do tohoto

[14] MULLERAT, R.; BRENNAN, D. *Corporate social responsibility: the corporate governance of the 21st century*. Amerika: Aspen Publishers, 2011, s. 129.
[15] KUNZ, V. *Společenská odpovědnost firem*. Praha: Grada Publishing, 2012, s. 20.

pilíře lze také zařadit udržitelnost produktů, to znamená, že firmy mohou díky různým manažerským technikám pohotověji reagovat na požadavky zákazníků, vyrábět spolehlivěji a s menší zmetkovitostí. V neposlední řadě do této oblasti spadají i dobré vztahy s akcionáři.[16]

V ***sociální sféře*** se firmy především zaměřují na své zaměstnance a pracovní prostředí. Do této oblasti spadá zaměstnávání lidí se zhoršenou pozicí na trhu práce – starší lidé, zdravotně postižení nebo matky s dětmi. Dále sem lze zařadit ochranu zdraví zaměstnanců a péči o jejich kvalifikaci a rekvalifikaci, odmítání dětské práce nebo rovné pracovní příležitosti – stejný přístup ke všem zaměstnancům, bez ohledu na pohlaví, věk, národnost a víru. Společensky odpovědné firmy by neměly jen splňovat zákonná opatření, ale měly by poskytovat péči nad tento legislativně stanovený rámec. Tyto nadstandardní opatření zahrnují vzdělávání zaměstnanců, poskytování příspěvků na penzijní připojištění a jiné benefitní programy, flexibilní pracovní dobu pro ženy s dětmi atd. Pokud zaměstnavatelé poskytují svým zaměstnancům nadstandardní péči, je to pro ně velká výhoda, jelikož zaměstnanci jsou spokojeni a zaměstnavatelé nemají nouzi o loajální a kvalitní zaměstnance. Stanou se vyhledávaným zaměstnavatelem a zlepší své jméno i mezi místní komunitou.[17]

Standardem řízení lidských zdrojů je mezinárodně uznávaný standart Investors in People (IIP), který stanovuje zásady v oblasti školení a rozvíjení zaměstnanců. Důvodem zavádění IIP je, že kvalitní vztahy mezi zaměstnancem a zaměstnavatelem přispívají k vyšší produktivitě práce, menší nemocnosti nebo loajalitě zaměstnanců.[18]

Péče o zaměstnance je v České republice dále zajišťována zákoníkem práce. Veškerou péči, kterou zaměstnavatelé poskytují nad rámec zákonných povinností vymezených v zákoníku práce, je výrazem společensky odpovědného chování firmy.[19]

---

[16] KUNZ, V. *Společenská odpovědnost firem*. Praha: Grada Publishing, 2012, s. 21.
[17] ZADRAŽILOVÁ, D. a kol. *Společenská odpovědnost podniků – Transparentnost a etika podnikání*. Praha: C. H. Beck, 2010, s. 114.
HRALOVÁ, E., KOUBSKÁ, K. *Společensky odpovědné podnikání jako trend a příležitost* [online]. 2006 [cit. 2014-04-25]. Dostupné z: http://www.cir.cz/prirucka-csr/482649/1985622.
[18] ZADRAŽILOVÁ, D. a kol. *Společenská odpovědnost podniků – Transparentnost a etika podnikání*. Praha: C. H. Beck, 2010, s. 115.
[19] LADMANOVÁ, M. *Napříč společenskou odpovědností firem* [online]. 2005 [cit. 2013-11-19]. Dostupné z: http://www.proceweb.cz/files/Napric-SOF.pdf.

V rámci ***environmentální oblasti*** se společnosti zaměřují na negativní dopady na životní prostředí a snaží se o jejich minimalizaci. Příkladem negativních zásahů firmy na životní prostředí je hlučnost, emise, prašnost nebo odpadní vody.[20]

Je potřeba, aby firmy dodržovaly odpovědnost k životnímu prostředí jak uvnitř firmy, tak i v jejím okolí. Uvnitř firmy se tato odpovědnost projevuje například minimalizací dopadů na životní prostředí při výrobě a provozu. To by mělo být v souladu s normou EMAS (Eco-Management and Audit Scheme), jedná se o dobrovolný systém eko-managementu a auditů uplatňovaný v Evropské unii, a s normou ISO 14001 zabývající se environmentálním managementem. Dále sem lze zařadit i snižování spotřeby energie a vody, recyklaci odpadů nebo dodržování bezpečnostních zásad při práci s nebezpečnými látkami. Zlepšení odpovědnosti z environmentálního hlediska lze ve firmách zavést i důslednějším tříděním odpadu anebo využíváním ekologičtějších čisticích prostředků. Pokud jde o dodržování odpovědnosti firem k životnímu prostředí v jejich okolí, měly by především vycházet vstříc obyvatelům žijících v přilehlých městech a obcích. Na životní prostředí má stále větší negativní vliv doprava. Nejedná se pouze o přepravu zaměstnanců, ale i o přepravu surovin či výrobků. Společnosti by mohly uvážit, že při přepravě nákladu budou spíše využívat železniční přepravu a u osobní dopravy by se firmy mohly zaměřit na motivační nástroje, díky kterým by zaměstnanci využívali veřejnou dopravu.[21]

Následující Tabulka 1 zobrazuje již zmiňované základní tři pilíře CSR. V jednotlivých pilířích jsou uvedeny hlavní skupiny zainteresovaných subjektů, problémy a nástroje, pomocí kterých by se problémy mohly odstranit. Ve firmách se potíže mohou vyskytnout v oblasti spokojenosti zákazníků, životního prostředí a jeho kontaminace, uspokojování zaměstnanců a další. V souvislosti se CSR je třeba se věnovat především nástrojům, pomocí kterých by se výše uvedené problémy mohly odstranit anebo alespoň minimalizovat. Mezi tyto nástroje lze zařadit: informovanost zaměstnanců o legislativě, firemní filantropii, vědu a výzkum, soulad s normami, minimalizaci odpadu a další.

[20] KUNZ, V. *Společenská odpovědnost firem*. Praha: Grada Publishing, 2012, s. 24.
[21] KUNDRATA, M. *Napříč společenskou odpovědností firem* [online]. 2005 [cit. 2013-11-22]. Dostupné z: http://www.proceweb.cz/files/Napric-SOF.pdf.

| **Ekonomický pilíř** | **Sociální pilíř** | | **Ekologický pilíř** |
|---|---|---|---|
| Trhy | Pracoviště | Společenství | Životní prostředí |
| **Hlavní skupiny zainteresovaných subjektů** | | | |
| Zákazníci /spotřebitelé<br>Smluvní/ obchodní partneři<br>Investoři<br>Veřejný sektor | Zaměstnanci<br>Odbory<br>Zaměstnavatelé<br>Místní komunity<br>Podniky<br>Státní orgány | Státní orgány<br>Neziskové organizace | Organizace a hnutí zabývající se problematikou životního prostředí |
| **Problémy** | | | |
| Kvalita<br>Inovace<br>Bezpečnost produktů<br>Uspokojení zákazníků<br>Etická reklama<br>Transparentnost<br>Ochrana duševního vlastnictví<br>Korupce | Zdraví a bezpečnost<br>Platy a odměny<br>Pracovní práva<br>Lidský kapitál<br>Rovné příležitosti<br>Školení a rozvoj pracovníků | Vzdělávání<br>Lidská práva<br>Péče o zdraví<br>Ekonomický rozvoj | Smog<br>Kontaminace odpadních vod<br>Odpady<br>Nakládání s vodou |
| **Nástroje** | | | |
| Štítek/informace o produktu<br>Systémy řízení kvality<br>Marketing<br>Vnější komunikace<br>Standardy | Informovanost zaměstnanců o legislativě<br>Vztahy s odbory<br>Aktivní zapojení zaměstnanců do rozhodování<br>Druhotné programy | Peněžní dary<br>Věcné dary<br>Firemní filantropie<br>Zapojení zaměstnanců | Věda a výzkum<br>Čistší produkce<br>Soulad s normami (ISO, EMAS a další)<br>Recyklace<br>Minimalizace odpadu<br>Poskytování přesných ekologických informací o výrobcích, službách a aktivitách<br>Úspora energie/vody |

**Tabulka 1 -** Tři pilíře CSR[22]

[22] Upraveno dle ZADRAŽILOVÁ, D. a kol. *Společenská odpovědnost podniků – Transparentnost a etika podnikání*. Praha: C. H. Beck, 2010, s. 2.

## 1.3 Argumenty pro a proti společenské odpovědnosti podniků

Koncept CSR vzbuzuje pozitivní i negativní očekávání nejen pro fungování globální ekonomiky, ale i pro ekonomiky jednotlivých států. Mezi kladná očekávání lze zařadit to, že firmy přijetím CSR prokazují svou kvalitu, představují konkurenceschopnost svou kvalitou. Na druhou stranu společnosti investují do společenské odpovědnosti jen ty prostředky, které by musely odvést na daních.[23]

### 1.3.1 Argumenty pro společenskou odpovědnost podniků

Firmy, které se rozhodnou pro přijetí společensky odpovědné strategie, vykazují zlepšení reputace i vnitřního fungovaní či narůst loajality zákazníků. Podle Kuldové[24] se argumenty pro přijetí CSR mohou dělit na morální, ekonomické a racionální. V rámci **morálních argumentů** si firmy uvědomují, že bez společnosti, ve které podnikají, by svého zisku nikdy nedosáhly. Vznikají tak vzájemně závislé vztahy mezi firmou a společností. CSR se tím pádem utváří na základě individuálních a všeobecně platných morálních standardů a etiky. Do **ekonomických argumentů** autorka zahrnuje pojem *společensky odpovědné investování* (Socially Responsible Investment - SRI). Jedná se o moderní přístup k investování, který se pro hodnocení výnosnosti investic nesoustředí pouze na ekonomické výsledky, ale zohledňuje i sociální, etická a environmentální kritéria. Po přijetí SRI firmy mohou očekávat finanční příspěvky od investorů. Ti budou raději vkládat peníze do podniků, které přijaly koncepci CSR, protože jsou pro ně méně rizikové díky své transparentnosti a etickým praktikám. **Racionální argumenty** pak autorka odůvodňuje tím, že CSR představuje ochranný prostředek a efektivní nástroj v boji proti odpůrcům globálního podnikání.

Obecně lze přínosy přijetí CSR shrnout do následujících bodů[25]:

- zvyšovaní hodnoty firemní značky;
- zlepšení vztahů s okolím;

[23] ZADRAŽILOVÁ, D. a kol. *Společenská odpovědnost podniků – Transparentnost a etika podnikání*. Praha: C. H. Beck, 2010, s. 27.
[24] KULDOVÁ, L. *Společenská odpovědnost firem – Etické podnikání a sociální odpovědnost v praxi*. Plzeň: Kanina, 2010, s. 32.
[25] TRNKOVÁ, J. *Napříč společenskou odpovědností firem* [online]. 2005 [cit. 2013-11-05]. Dostupné z: http://www.proceweb.cz/files/Napric-SOF.pdf.

- zvyšování zisku;
- přilákání a udrženi kvalitních zaměstnanců;
- rozvoj lidských zdrojů;
- větší přitažlivost pro investory;
- posílení loajality zákazníků;
- ocenění u obchodních partnerů a možnost přilákání nových partnerů;
- odlišení od konkurence.

### 1.3.2 Argumenty proti společenské odpovědnosti podniků

Společenská odpovědnost podniků má vedle svých zastánců také kritiky, kteří s CSR nesouhlasí. Jedním z těchto kritiků je např. Milton Friedman, který svůj názor vyjádřil následně: „the business of business is business“[26], neboli „předmětem podnikání firmy je obchod“.

Friedman argumentoval proti společenské odpovědnosti tím, že pokud firma daruje své prostředky (finance, věcné dary) na charitativní činnosti nebo na jiné účely, očekává se nějaká finanční návratnost, jinak je to plýtvání penězi. Tato návratnost ale není vždy zaručena. Dalším argumentem proti CSR je fakt, že se firmy chovají nemorálně, když používají finanční prostředky akcionářů na podporu charity nebo jiné veřejně prospěšné účely. Dále také argumentuje tím, že pokud se bude podnik doopravdy věnovat společenské odpovědnosti, rozmělní se jeho základní poslání.[27]

## 1.4 Institucionální rámec společenské odpovědnosti podniků

Koncept CSR je stále považován za dobrovolnou činnost firem. Mezi subjekty, které ovlivňují koncept CSR ve smyslu celkového zasazení do společensko-podnikatelského prostředí státu patří soukromé firmy, investoři, státy (veřejný sektor), občanská sdružení a rozšiřuje se také mezi nadnárodní organizace mimo soukromý sektor. Nadnárodní organizace, které se zabývají CSR, jsou Evropská unie a další mezinárodní subjekty.[28]

[26] BACHER, CH. *Corporate social responsibility*. München: Verlag 2007, s. 16.
[27] BACHER, CH. *Corporate social responsibility*. München: Verlag 2007, s. 16.
[28] PAVLÍK, M.; BĚLČÍK, M. a kol. *Společenská odpovědnost podniků – CSR v praxi a jak s ním dál.* Praha: Grada Publishing, 2010, s. 37.

Z ***mezinárodních subjektů*** lze jako první instituci, která se zabývá CSR, jmenovat *Organizaci Spojených Národů* (dále jen OSN). V rámci OSN vznikla *Globální dohoda OSN*, kterou se firmy zavazují, že upraví svou činnost a strategii podle přesně stanovených aktivit rozdělených do čtyř oblastí – lidská práva, pracovní trh, životní prostředí a boj proti korupci.

Další institucí zabývající se CSR je *Organizace pro hospodářskou spolupráci a rozvoj* (Organisation for Economic Co-operation and Development; dále jen *OECD*). Cílem aktivit OECD je nejen podpořit podnikovou správu, ale také odpovědné, transparentní a otevřené chování společností. Na základě toho je firmám doporučováno, aby poskytovaly informace o výsledcích hospodaření, plánech a cílech společnosti, hlasovacích právech, struktuře řízení a politice firmy.[29]

Koncept CSR se řeší i v rámci Evropské unie, kde se konkrétně problémem CSR zabývá *Evropská komise*. Tato instituce v roce 2001 publikovala dokument s názvem ***Zelená kniha o CSR***, jejímž cílem bylo začít debatovat o CSR nejen v evropském, ale i v globálním měřítku. Lze zde také nalézt první oficiální definici CSR od Evropské unie. Dále je zde uvedeno, že CSR není pouze záležitostí velkých firem, ale musí se začlenit i do činnosti malých a středních podniků. V roce 2002 Evropská komise v rámci CSR spustila projekt s názvem *European Multistakeholder Forum o CSR* (Evropské multipartnerské fórum o CSR), kde jsou od roku 2005 organizovány konference za účelem výměny zkušeností, inovací a nových možností na poli CSR.[30]

Pod Evropskou komisi také spadá projekt s názvem *Evropská podnikatelská síť pro sociální kohezi* sloužící pro výměnu informací a zkušeností, která je dnes známá pod názvem *CSR Europe*. Tato instituce založila *Evropskou alianci pro CSR*, jejímž cílem bylo navázat na závěry a doporučení EU multipartnerského fóra o CSR. Evropská aliance vymezila několik základních oblastí pro svou činnost, mezi které zejména patří[31]:

- zvyšování povědomí o CSR;
- vyšší transparentnost a poskytování více informací spotřebitelům;
- podpora výzkumu a vzdělání;

[29] ZADRAŽILOVÁ, D. a kol. *Společenská odpovědnost podniků – Transparentnost a etika podnikání*. Praha: C. H. Beck, 2010, s. 6.
[30] ZADRAŽILOVÁ, D. a kol. *Společenská odpovědnost podniků – Transparentnost a etika podnikání.* Praha: C. H. Beck, 2010, s. 11.
KUNZ, V. *Společenská odpovědnost firem*. Praha: Grada Publishing, 2012, s. 62.
[31] KUNZ, V. *Společenská odpovědnost firem*. Praha: Grada Publishing, 2012, s. 63.

- mezinárodní rozsah CSR a
- představení a výměna nejlepších postupů v oblasti v CSR.

CSR Europe se dále podílí i na vzniku projektu Enterprise 2020, který vychází ze zásad Evropské aliance CSR. Tento Projekt se snaží podporovat rozšiřování CSR do každodenní praxe podniků. Hlavními cíli jsou především[32]:

- podporovat úzkou spolupráci mezi firmami a jejich partnerskými subjekty prostřednictvím prozkoumání nových forem spolupráce;
- posílit celosvětovou vedoucí pozici Evropy v oblasti CSR zapojením institucí EU;
- podpořit firmy při budování dlouhodobě udržitelné konkurenceschopnosti.

V rámci ***veřejného sektoru*** mohou státy činnost firem ovlivňovat pomocí právních předpisů a v případě jejich porušení je trestat pomocí sankcí. Stát tedy může činnost firmy usměrňovat například v oblasti daňové, environmentální anebo v pracovně-právní.

Do ***občanského sektoru*** patří organizace, které nejsou nějakým způsobem spokojeny s činností firem a jejich dopady na okolí. Mezi tyto organizace lze zařadit tzv. *watchdogové organizace*. Watchdogové organizace jsou nevládní organizace, které jsou zřízeny pro neziskové účely a jsou zaměřené na lidská práva, rovnost mužů a žen, ochranu životního prostředí a na oblast zaměstnaneckých práv. Mezi watchdogové organizace, fungující na území České republiky patří např. Transparency International. Dalším typem organizací občanského sektoru jsou organizace založené firmami, které jsou označovány jako *BINGO* (Business-oriented international Non-Governmental Organization). Mezi tyto organizace patří například Business Leaders Forum. Do občanského sektoru lze dále zařadit nadace a nadační fondy.[33]

## 1.5 Reportování a standardy společenské odpovědnosti podniků

Reportování neboli podávání přehledných zpráv o průběhu aktivit firem je důležitou součástí společensky odpovědného chování firem. Tyto zprávy se připravují nad rámec povinně podávaných zpráv (účetní závěrka, reporting z oblasti životního prostředí, výkazy v sociálním a zdravotním pojištění) a poskytují údaje a informace

[32] KUNZ, V. *Společenská odpovědnost firem*. Praha: Grada Publishing, 2012, s. 64.
[33] PAVLÍK, M.; BĚLČÍK, M. a kol. *Společenská odpovědnost podniků – CSR v praxi a jak s ním dál*. Praha: Grada Publishing, 2010, s. 41.

o fungování firmy v oblasti ekonomické, sociální a environmentální. Poskytování reportů veřejnosti se stalo otázkou dobré reputace, prestiže a demonstrace efektivního managementu. Hlavními rysy těchto zpráv je důvěryhodnost a úplnost, musí informovat o všech dopadech organizace na okolní společnost a životní prostředí. Dále mezi tyto rysy patří věcnost a vhodná forma.[34] Zprávy o společenské odpovědnosti mají pro firmu dvojí význam, lze je považovat za komunikační nástroj určený ke komunikaci CSR aktivit firmy interním i externím stakeholderům[35] podniku anebo je lze považovat za manažerský nástroj zajišťující přístup k CSR, měření pokroku a určení nových strategií a cílů.[36]

Reporty o CSR zpravidla obsahují informace [37]:

- základní představení společnosti;
- vztahy firmy k zaměstnancům, životnímu prostředí a okolní komunitě;
- environmentální dopady a potenciální rizika spojená s provozem podniku;
- konkrétní CSR aktivity a projekty – zrealizované i plánované.

Poskytování CSR informací je ovlivňováno mnoha faktory. K nejčastěji zmiňovaným faktorům ovlivňující CSR reportování patří *tlak ze strany stakeholderů.* Dobrovolné zveřejňování informací snižuje stakeholderům náklady spojené s hledáním informací z alternativních zdrojů a usnadňuje tím také jejich rozhodování o investování zdrojů, nákupu anebo o legitimitě působení podniku ve společnosti. Dalším často zmiňovaným faktorem je *kultura,* která je posuzována z hlediska stupně rozvinutosti občanské společnosti a ekonomické rozvinutosti dané země. Málo rozvinuté státy vyvíjejí na podniky malý tlak a to je důvodem nízké míry CSR aktivit v těchto zemích. CSR reportování realizují především velké podniky z rozvinutých západních zemí. Dalším faktorem ovlivňujícím CSR reportování je *velikost podniku*. Předpokládá se, že aktivity větších podniků ovlivňují větší počet stakeholderů a v důsledku toho jsou pak tyto podniky zajímavější pro média a různé nátlakové skupiny. *Typ vlastnictví* podniků je také jedním z faktorů. Bylo zjištěno, že státní podniky poskytují více společenských informací než

[34] PAVLÍK, M.; BĚLČÍK, M. a kol. *Společenská odpovědnost podniků – CSR v praxi a jak s ním dál.* Praha: Grada Publishing, 2010, s. 90.
[35] Za stakeholdery považujeme všechny subjekty, kteří přicházejí do kontaktu s firmou a jsou jejím chodem ovlivněni. Interními stakeholdery jsou zaměstnanci, manažeři a vlastníci. Externími jsou dodavatelé, zákazníci, vláda, místní samospráva, věřitelé a obchodní partneři.
[36] STEINEROVÁ, M. *Koncept CSR v praxi průvodce odpovědným podnikáním.* [online]. 2008 [cit. 2014-03-05]. Dostupné z: http://www.spolecenskaodpovednostfirem.cz/wp-content/uploads/2013/09/Koncept%20CSR%20v%20praxi.pdf.
[37] PAVLÍK, M.; BĚLČÍK, M. a kol. *Společenská odpovědnost podniků – CSR v praxi a jak s ním dál.* Praha: Grada Publishing, 2010, s. 47.

soukromé firmy. Může to být tím, že stát podporuje rozvoj CSR. Dalším faktorem může být *potřeba kapitálu*, která vede manažery k vyššímu dobrovolnému reportování. Určitou úroveň reportování o CSR také způsobuje příslušnost podniku k určitému *odvětví*. Více reportují ty podniky, které svou činností vnímají vyšší ohrožení legitimity svého působení ve společnosti či vztahů se stakeholdery. Skrze reportování se snaží tuto legitimitu či vztahy ochránit. Dalším faktorem je také přihlášení se podniku k *dodržování standardů* vybraných organizací.[38]

### 1.5.1 Standardy související s reportováním CSR

Standardy jsou dobrovolné iniciativy, které ukazují, jaké typy chování jsou vhodné a určují aktivity, které by podnik měl realizovat. Přijetí standardů firmám v praxi přináší určité výhody[39]:

- usnadnění pochopení norem ve společnosti a požadavků, které stakeholdeři kladou na daný podnik;
- zvýšení důvěry stakeholderů;
- posílení dobrého jména podniku;
- zlepšení interní a externí komunikace;
- snížení rizika uvalení pokut ze strany státních orgánů vyplývajících z nevhodného chování podniku.

V současné době existuje mnoho standardů, nejčastěji uváděnými jsou: směrnice GRI, směrnice OECD pro nadnárodní podniky, SA 8000, ISO 26000, AA 1000, série ISO 14000 anebo EMAS.

*Globální iniciativa ve výkaznictví* (Global Reporting Initiative – GRI) je organizací, která se zabývá reportováním společenské odpovědnosti podniků a stanovuje základní principy, kterých by se firmy při sestavování zpráv měly držet. Cílem GRI je, aby firmy podávaly co nejobjektivnější zprávy. Mezi základní principy reportingu dle GRI patří úplnost informací a vyváženost, kdy by zpráva měla obsahovat nejen kladné, ale i záporné dopady činnosti firmy, aby bylo možné objektivního posouzení jejího celkového výkonu.

[38] KAŠPAROVÁ, K. *Faktory ovlivňující CSR reportování*. Brno: Masarykova univerzita, 2012, s. 25-32.
[39] KAŠPAROVÁ K., KUNZ V. *Moderní přístupy ke společenské odpovědnosti firem a CSR reportování*. Praha: Grada Publishing, 2013, s. 46.

Dále mezi tyto principy patří srovnatelnost, přesnost, srozumitelnost a správné načasování, tzn. pravidelnost podávání zpráv.[40]

Dále lze jmenovat *Směrnici OECD pro multinárodní společnosti.* Obsahem této směrnice jsou doporučení a pravidla pro nadnárodní společnosti s cílem odpovědného chování. Tato pravidla jsou však zcela dobrovolná a firmám je například doporučováno, aby zveřejňovaly informace o plánech a cílech firmy, vlastnických vztazích a hlasovacích právech, seznamech členů správní rady a výkonného managementu nebo o předvídatelných rizikových faktorech.[41]

### 1.5.2 Další standardy související s CSR

Následující normy se již netýkají reportování, ale souvisí se společenskou odpovědností ve firmách. Jejich zavedení může pro firmy znamenat jisté přínosy – zvýšení konkurenceschopnosti, spokojenější zákazníky a zaměstnance.

Mezinárodní norma *SA 8000 – Sociální odpovědnost* se zabývá zlepšováním pracovních podmínek a vychází ze zásad Mezinárodní organizace práce, Všeobecné deklarace lidských práv OSN, Úmluvy OSN o právech dítěte a Úmluvy OSN o odstranění všech forem diskriminace. Konkrétně se zabývá oblastmi zdraví a bezpečnosti zaměstnanců, zamezení diskriminace, práce dětí, nucenými pracemi, odměňováním anebo pracovní dobou.[42]

Další mezinárodní normou je *ISO 26000*, která poskytuje návod na implementaci CSR do stávajících systémů řízení. Cílem této normy je zvýšit důvěryhodnost podniků a tím i jejich konkurenceschopnost, zvýšit spokojenost zákazníků, podporovat jednotnou terminologii pro CSR a být v souladu s již existujícími dokumenty, kodexy a dalšími mezinárodními dohodami.[43]

---

[40] BUSINESS LEADERS FORUM. *Společenská odpovědnost firem* [online]. 2008 [cit. 2013-11-24]. Dostupné z: http://www.csr-online.cz/wp-content/uploads/2012/11/BLF_Pruvodce_CSR.pdf.
[41] KULDOVÁ, L. *Společenská odpovědnost firem – Etické podnikání a sociální odpovědnost v praxi*. Plzeň: Kanina, 2010, s. 83.
[42] KULDOVÁ, L. *Společenská odpovědnost firem – Etické podnikání a sociální odpovědnost v praxi*. Plzeň: Kanina, 2010, s. 85.
[43] PAVLÍK, M.; BĚLČÍK, M. a kol. *Společenská odpovědnost podniků – CSR v praxi a jak s ním dál*. Praha: Grada Publishing, 2010, s. 106.

Norma *AA 1000 Account Ability* poskytuje návod pro tvorbu společensky odpovědné strategie firmy. Cílem této normy je přispívat k větší transparentnosti jednotlivých činností managementu podniku. Kromě stanovení společensky odpovědné strategie zahrnuje i reportovaní CSR, etický kodex a metody komunikace se stakeholdery, neboli se zainteresovanými skupinami lidí, kterých se činnost daného podniku nějakým způsobem dotýká. Jedná se např. o dodavatele, zákazníky anebo o investory.[44]

Lze zmínit i normu *OHSAS 18001 - Systém managementu bezpečnosti a ochrany zdraví při práci*. Tato norma pomáhá odstranit nebo minimalizovat rizika, kterými by mohli zaměstnanci být vystaveni činností firmy. Obsah této normy je v České republice známý pod označením BOZP (Bezpečnost a ochrana zdraví při práci).[45]

Dále lze zmínit normu *ISO 14001 - Systém environmentálního managementu*. Tato norma klade velký důraz na postoj společnosti k životnímu prostředí. Společnosti musí neustále zlepšovat svůj vliv na životní prostředí.[46]

Poslední normou je *EMAS - Systém environmentálního řízení a auditu*. Jedná se o dobrovolný systém pro společnosti na území EU, které se rozhodly zlepšovat svůj environmentální profil. Firmy, které se rozhodnou využívat tuto normu se zároveň zavazují, že budou zveřejňovat informace veřejnosti. Environmentální prohlášení společnosti musí být ověřeno třetí stranou.[47]

[44] TRNKOVÁ, J. *Napříč společenskou odpovědností firem* [online]. 2005 [cit. 2013-12-08]. Dostupné z: http://www.proceweb.cz/files/Napric-SOF.pdf.
[45] BUSINESS LEADERS FORUM. *Společenská odpovědnost firem* [online]. 2008 [cit. 2013-11-24]. Dostupné z: http://www.csr-online.cz/co-je-csr/normy-a-iniciativy/.
[46] KULDOVÁ, L. *Společenská odpovědnost firem – Etické podnikání a sociální odpovědnost v praxi*. Plzeň: Kanina, 2010, s. 87.
[47] KUNDRATA, M. *Napříč společenskou odpovědností firem* [online]. 2005 [cit. 2013-11-22]. Dostupné z: http://www.proceweb.cz/files/Napric-SOF.pdf.

# 2 CSR v potravinářském průmyslu

Výroba potravinářských výrobků a nápojů patří k důležitým odvětvím zpracovatelského průmyslu. Zabývá se zpracováním, přípravou, konzervováním, distribucí a podávání jídel a nápojů. Potravinářský průmysl zpracovává zemědělské produkty z rostlinné i živočišné výroby do podoby potravin pro spotřebitele. Je jedním z největších a nejdůležitějších výrobních odvětví v Evropě, konkrétně je to druhé největší odvětví ve zpracovatelském průmyslu.[48]

V souvislosti se CSR se potravinářský sektor potýká s mnoha problémy, mezi které lze zařadit silnou závislost potravinářského průmyslu na přírodních, materiálních a lidských zdrojích. Jelikož je jídlo základní lidskou potřebou, lidé mají vyhraněné názory na to, co konzumují. To vede ke komplexnímu souboru požadavků na potravinářské odvětví, nejen pokud jde o produkci surovin (dobré životní podmínky zvířat, přírodní hnojiva), životní prostředí a sociální podmínky, ale i o kvalitu, zdravotní nezávadnost a bezpečnost výrobků.[49]

Některé firmy používají CSR především pro udržení vztahů s veřejností, avšak ostatní mohou společenskou odpovědnost využívat jen proto, aby zabránily negativní mediální publicitě. Společenská odpovědnost podniků je stále více uznávána jako důležitá obchodní strategie, k dispozici je ale poměrně málo praktických návodů na pomoc společnostem. Návody, které existují, mají tendenci se vztahovat na všechny společnosti obecně. Existuje velmi málo instrukcí, které pomáhají řešit konkrétní problémy v oblasti CSR jimž čelí společnosti v určitých průmyslových odvětvích.[50]

Společenská odpovědnost firem v potravinářském průmyslu klade velký důraz především na aktivity v oblasti ekonomické a environmentální. Zabývají se hlavně kvalitou a zdravotní nezávadností potravin a nástroji na ochranu životního prostředí. Nicméně se společenská odpovědnost v potravinářském průmyslu zabývá i oblastí sociální a to konkrétně aktivitami zahrnující ochranu zdraví zaměstnanců.

---

[48] EHRLICH, P. *Potravinářský průmysl* [online]. 2013 [cit. 2013-12-03]. Dostupné z: http://www.vitejtenazemi.cz/cenia/index.php?p=potravinarsky_prumysl&site=spotreba.

[49] HARTMANN, M. *Corporate social responsibility in the food sector.* [online]. 2011 [cit. 2014-04-19]. Dostupné z: http://www.scp-knowledge.eu/sites/default/files/knowledge/attachments/Hartmann_CSR%20in%20the%20food%20sector_2011_ERAE%2038%20%283%29.pdf.

[50] GENIER, C. *Corporate Social Responsibility in the Agrifood Sector*. [online]. [cit. 2014-04-19]. Dostupné z:http://www.fsg.org/Portals/0/Uploads/Documents/PDF/CSR_in_the_Agrifood_Sector.pdf?cpgn=WP%20DL%20-%20CSR%20in%20the%20Agrifood%20Sector.

## 2.1 Ekonomická oblast společenské odpovědnosti podniků v potravinářském průmyslu

V oblasti potravinářství jsou podnikatelské subjekty odpovědny za bezpečnost potravin, které produkují, přepravují, skladují nebo prodávají. Po firmách se vyžaduje, aby přijaly preventivní opatření, identifikovaly a sledovaly rizika pro zajištění bezpečnosti potravin. Proto podnikatelé v potravinářském průmyslu dodržují příslušné průmyslové normy. Firmy jsou motivovány k zavádění standardů a norem z několika důvodů. Za prvé, standardy a normy zvýšení kontroly se mohou vykonávat za účelem dobré reputace a řízení rizik spojených s bezpečností potravin. V potravinářském průmyslu je tato kontrola velmi důležitá. Navíc, legislativa vyžaduje, aby prodejci náležitě dohlíželi na bezpečnost potravin. Společnosti, které nemohou prokázat, že jejich výrobky je bezpečné konzumovat, nesmí být povoleno prodávat na trzích. Dále jsou standardy a normy důležité z marketingových důvodů, zejména pokud jsou spojeny s etiketou.[51]

Normy zabývající se bezpečností potravin jsou například HACCP (Hazard Analysis and Critical Control Points, dále jen HACCP) a GHP (Good Hygiene Practice, dále jen GHP). První ze jmenovaných je systém kritických kontrolních bodů. Všechny podnikatelské subjekty v potravinářství v Evropě musí ze zákona zavádět technologické postupy v souladu se zásadami HACCP. Před samotným zavedením HACCP musí být zavedeny hygienické předpisy GHP. Jedná se například o osobní hygienu a školení zaměstnanců, úklid a sanitaci, údržbu a opravy, omezování výskytu hmyzích škůdců, kvalitu zařízení a vybavení pracoviště, výrobní areál a jeho uspořádání, skladování, distribuci a přepravu.[52]

Důležitým hlediskem při výrobě potravin je také jejich kvalita, proto jsou zavedeny systémy na kontrolu kvality výrobků z chemického i biologického pohledu, jelikož i sebemenší odchylky od standardů mohou poškodit zdraví spotřebitelů. Kvalita výrobku je jedním z nejdůležitějších požadavků spotřebitele a je nutné o ni pečovat již od fáze příprav

[51]EUFIC. *Normy v potravinářském průmyslu – zaměřeno na HACCP* [online]. 2014 [cit. 2013-06-20]. Dostupné z: http://www.eufic.org/article/cs/page/FTARCHIVE/artid/Normy_v_potravinarskem_prumyslu_-_zamereno_na_HACCP/.
HARTMANN, M. *Corporate social responsibility in the food sector* [online]. 2011 [cit. 2014-04-19]. Dostupné z: http://www.scp-knowledge.eu/sites/default/files/knowledge/attachments/Hartmann_CSR%20in%20the%20food%20sector_2011_ERAE%2038%20%283%29.pdf.

[52] EUFIC. *Normy v potravinářském průmyslu – zaměřeno na HACCP* [online]. 2014 [cit. 2013-06-20]. Dostupné z: http://www.eufic.org/article/cs/page/FTARCHIVE/artid/Normy_v_potravinarskem_prumyslu_-_zamereno_na_HACCP/.

až po vlastní realizaci výrobku. Kvalita výrobku se posuzuje podle její jakosti, jejíž kritéria většinou pocházejí od spotřebitelů, odběratelů a také ze zdravotních a hygienických předpisů. Tato kritéria jsou důležitá nejen pro úspěšný prodej výrobků, ale také pro jejich konkurenceschopnost na trhu. Podniky si jakostní normy upravují samy v rámci svých technologických postupů, avšak tyto normy nesmí být v rozporu se závaznými vyhláškami anebo se zákonem o potravinách[53]. Tento zákon se vztahuje na veškeré potraviny rostlinného či živočišného původu. Stanovuje povinnosti výrobců, řeší problematiku ozařování potravin, jejich balení, označování a uvádění do oběhu.[54]

Kvalitou potravin se v Evropské unii zabývá dozorčí orgán Evropský úřad pro bezpečnost potravin (European Food Safety Authority - EFSA). Činnost tohoto úřadu se týká bezpečnosti potravin a krmiv, výživy, zdraví a dobrých životních podmínek zvířat, ochrany rostlin a zdraví rostlin. V České republice je dozorčím orgánem Státní zemědělská a potravinářská inspekce a Státní veterinární zpráva.[55]

## 2.2 Environmentální oblast společenské odpovědnosti podniků v potravinářském průmyslu

Důležitou oblastí související s výrobou potravin je životní prostředí. V rámci této oblasti potravinářský průmysl hlavně klade důraz na správnou implementaci předpisů Evropské unie, podávání pravidelných zpráv o indikátorech ekologických dopadů potravinářské produkce dozorovým orgánům, zavádění technologií šetrnějších k životnímu prostředí pro splnění přísnějších limitů ekologické legislativy bez nutnosti velkých investic do koncových zařízení, snižování produkce obalových odpadů, využívání obnovitelných zdrojů a úspory energie, snižování znečištění odpadních vod, snižování emisí zápachu a těkavých organických látek do ovzduší.[56]

[53] Zákon č. 110/1997 Sb., o potravinách a tabákových výrobcích.

[54] BABIČKA, L. *Průvodce světem potravin* [online]. 2012 [cit. 2013-12-06]. Dostupné z: http://eagri.cz/public/web/file/212408/Pruvodce_svetem_potravin_web.pdf.
EHRLICH, P. *Potravinářský průmysl* [online]. 2013 [cit. 2013-12-03]. Dostupné z: http://www.vitejtenazemi.cz/cenia/index.php?p=potravinarsky_prumysl&site=spotreba.

[55] EFSA. *Evropský úřad pro bezpečnost potravin* [online]. 2008 [cit. 2014-05-09]. Dostupné z: http://www.efsa.europa.eu/en/aboutefsa/docs/corporatebrochurecs.pdf.

[56] MINISTERSTVO ZEMĚDĚLSTVÍ. *Koncepce potravinářství ČR pro období po vstupu ČR do EU (2004 – 2013)* [online]. 2003 [cit. 2014-06-15]. Dostupné z: http://eagri.cz/public/web/file/3045/_16452_32655_Koncepce_potravinarstvi__2004_2014__1_.pdf.

Veškeré moderní techniky a technologie, které se v dnešní době v potravinářském průmyslu používají, jsou přísně hodnoceny a testovány z hlediska legislativně – právních předpisů a environmentálních požadavků. Aby tyto techniky a technologie byly ve výrobním procesu efektivní, je nutná jejich profesionální znalost, kontrola hospodaření s materiály, vodou a energiemi. Dále je nutné dodržovat technologickou kázeň, průběžné zavádění inovací do výrobních a systémových procesů, kontrolu zajištění profesního vzdělávání pracovníků apod.[57]

Mezi systémy řízení a dobrovolné nástroje ochrany životního prostředí lze zařadit Integrovanou prevenci a omezování znečištění (Integrated Pollution Prevention and Control, dále jen IPPC). Jedná se o směrnici zabývající se regulací průmyslových a zemědělských činností s dosažením vysoké úrovně ochrany životního prostředí. Cílem tohoto opatření je předcházet znečišťování životního prostředí přímo u zdroje a omezování vzniku emisí. Mezi hlavní cíle IPPC lze zařadit[58]:

- snížení celkového negativního vlivu na životní prostředí;
- omezení vzniku odpadu s cílem vzniklé odpady maximálně zhodnocovat a recyklovat;
- stanovení podmínek provozu zařízení na základě nejlepších dostupných technik (Best Available Techniques – BAT);
- integrace jednotlivých povolení do jednoho;
- zajištění environmentálně-ekonomické konkurenceschopnosti podniků.

V rámci Evropské unie je IPPC regulováno směrnicí 2008/1/ES o integrované prevenci a omezování znečištění. Do českého právního systému byla tato směrnice sepsána pod zákonem č. 76/2002 Sb., o integrované prevenci a omezování znečištění, o integrovaném registru znečišťování a o změně některých zákonů (zákon o integrované prevenci).[59]

[57] MINISTERSTVO ZEMĚDĚLSTVÍ. *Integrovaná prevence (IPPC) a vybrané environmentální techniky používané v potravinářské, asanační a zemědělské výrobě* [online]. 2008 [cit. 2014-06-15]. Dostupné z: http://eagri.cz/public/web/mze/potraviny/environmentalni-techniky-a-technologie/integrovana-prevence-ippc.html.

[58] MINISTERSTVO PRŮMYSLU A OBCHODU. *Informační portál Ministerstva průmyslu a obchodu* [online]. 2009 [cit. 2014-06-14]. Dostupné z: http://www.ippc.cz/.

[59] MINISTERSTVO PRŮMYSLU A OBCHODU. *Informační portál Ministerstva průmyslu a obchodu* [online]. 2009 [cit. 2014-06-14]. Dostupné z: http://www.ippc.cz/.

Další normy využívané v potravinářském průmyslu jsou normy ISO řady 14000, které se týkají vytvoření environmentálního manažerského systému v podniku. Pomocí těchto norem společnosti regulují své vlivy na životní prostředí tak, aby se jejich negativní dopady stále zmenšovaly.[60]

## 2.3 Sociální oblast společenské odpovědnosti podniků v potravinářském průmyslu

Zaměstnavatel je povinen vytvářet a zlepšovat bezpečné a zdravé pracovní podmínky vhodnou organizací práce a systémem opatření k prevenci rizik. Zaměstnavatel je dále povinen svým zaměstnancům zajistit školení o právních a ostatních předpisech k zajištění bezpečnosti a ochrany zdraví při práci. Školení zaměstnanců v oblasti bezpečnosti práce musí být zaměřeno na místní provozní bezpečnostní předpisy, průvodní dokumentaci a jiné zaměstnavatelem vydané normy. Zaměstnanec musí být vždy proškolen s předpisy k zajištění bezpečnosti a ochrany zdraví při práci týkající se jeho práce a pracoviště.[61]

Zaměstnanci potravinářského průmyslu jsou vystaveni různým rizikovým faktorům pracovního prostředí. Z hlediska bezpečnosti a ochrany zdraví pracovníků při práci se nejedná o nízkorizikové odvětví. Mezi nejčastější rizikové faktory v potravinářském průmyslu lze zařadit hluk, prašnost, zátěže chladem a teplem, chemické látky a celkovou fyzickou zátěž. S hlučným prostředím se dá především setkat u výrobních linek plnění skleněných lahví. Nadměrný hluk má negativní vliv na soustředění zaměstnanců a může tím přispívat ke vzniku pracovních úrazů. Mezi opatření ke snížení hlukové zátěže zaměstnanců může patřit důsledné používání ochranných pracovních prostředků (chrániče sluchu), častější střídání zaměstnanců na pracovišti anebo vhodná úprava technologie výroby. Prašné prostředí se nachází téměř ve všech výrobnách potravinářského průmyslu, avšak k vysoce prašným prostředím lze zařadit taková zařízení, kde se nachází mouka, obilí, sušené mléko, bramborová moučka anebo cukr. Vysoký výskyt prachu může například způsobit respirační potíže. Mezi opatření lze v tomto případě zařadit respirační

[60]ENVIWEB. *Výkladový slovník environmentálních výrazů* [online]. 2012 [cit. 2014-06-20]. Dostupné z: http://www.enviweb.cz/eslovnik/119.
[61] KOSINA, M. *Bezpečnost a ochrana zdraví při práci* [online]. 2010 [cit. 2014-06-30]. Dostupné z: http://www.ospkop.cz/dokumenty/category/8-bozp?download=44%3Abezpecnost-a-ochrana-zdravi-pri-praci.

ochranné pomůcky anebo instalaci odsávací ventilace u zdroje pro snížení množství prachu. V potravinářských výrobnách se lze také setkat s extrémními teplotami. Chladná pracoviště se nacházejí v pivovarech v prostorech sklepů anebo ve výrobě při zpracování syrového masa. Mezi provozy s vysokou teplotou lze zahrnout pekárny. V obou případech by se zaměstnancům měly zajistit dostatečné bezpečností přestávky, vhodné osobní ochranné pracovní pomůcky a poskytování potřebných nápojů. V potravinářství se chemickým látkám zaměstnanci vystavují především v podobě čisticích a dezinfekčních prostředků. Opět je nutné mít vhodné ochranné pracovní prostředky.[62]

Právní normy týkající se bezpečnosti práce a ochrany zdraví při jejím výkonu jsou zákoník práce, konkrétně zákon č. 262/2006 Sb., zákoník práce ve znění pozdějších předpisů a zákon č. 309/2006 Sb., o bezpečnosti a ochrany zdraví při práci, kterým se upravují další požadavky bezpečnosti a ochrany zdraví při práci v pracovněprávních vztazích a o zajištění bezpečnosti a ochrany zdraví při činnosti nebo poskytování služeb mimo pracovněprávní vztahy. Zákoník práce se dále zabývá ustanoveními týkajících se zákonného pojištění, pracovní doby, pracovními podmínkami žen a mladistvých, odpovědnosti zaměstnavatele za škodu při pracovních úrazech a nemocech z povolání. Druhý ze jmenovaných zákonů dále popisuje požadavky na pracoviště a pracovní prostředí, výrobní a pracovní prostředky, organizaci práce a pracovní postupy a dále se také zabývá zvláštní odbornou způsobilostí.[63]

---

[62]PROKŮPKOVÁ, V. *Rizikové faktory pracovního prostředí v potravinářských provozech* [online]. 2010 [cit. 2014-07-01]. Dostupné z: http://www.khsstc.cz/Soubor.ashx?souborID=1636&typ=application/octet-stream&nazev=Rizika%20v%20potravin%C3%A1%C5%99sk%C3%A9m%20pr%C5%AFmyslu.doc.
EVROPSKÁ AGENTURA PRO BEZPEŇOST A OCHRANU ZDRAVÍ PŘI PRÁCI. *Bezpečná údržba – potravinářství a výroba nápojů* [online]. 2009 [cit. 2014-07-01]. Dostupné z: https://osha.europa.eu/cs/publications/e-facts/efact52.

[63] KOSINA, M. *Bezpečnost a ochrana zdraví při práci* [online]. 2010 [cit. 2014-06-30]. Dostupné z: http://www.ospkop.cz/dokumenty/category/8-bozp?download=44%3Abezpecnost-a-ochrana-zdravi-pri-praci.

# 3 Společenská odpovědnost ve společnosti Perník, s.r.o.

Tato část práce je zaměřena na analýzu uplatňování konceptu společenské odpovědnosti ve vybraném podniku. Pro účel analýzy bylo kontaktováno deset firem, ale pouze jedna z obeslaných firem byla ochotná poskytnout informace. Ve firmě byli velmi vstřícní a na vše odpověděli.

Otázky připravené pro řízený rozhovor byly zaměřeny na vztah firmy ke svým zaměstnancům a firemní filantropii. Dále se tyto otázky týkaly aktivit, které firma vyvíjí na poskytování kvalitních výrobků, a v neposlední řadě byly také zaměřeny na ochranu životního prostředí.

Veškeré informace, které jsou použity pro zpracování této kapitoly, jsou získané prostřednictvím rozhovoru a doplňující informace o podniku byly poskytnuty jednatelkou dané společnosti paní Ing. Martinou Královou.

## 3.1 Představení společnosti Perník, s.r.o.

Firma Perník, s.r.o. se sídlem v Těchlovicích u Hradce Králové byla založena v roce 1999 jako dceřiná společnost firmy J4, s.r.o. Firmu J4, s.r.o. sídlící v Předměřicích nad Labem, vlastní pět majitelů, z nichž každý má svůj určitý podíl.

Firma J4, s.r.o. je strojírenský podnik, který je výrobcem pásových tunelových pecí. Tyto pece se vyznačují vlastní originální konstrukcí chráněnou mnoha průmyslovými patenty. V současné době firma J4, s.r.o. vyváží pekařská zařízení do evropských zemí (Anglie, Španělsko, Francie, Německo, Slovensko, Rusko), arabských zemí a Jižní Ameriky.

*Historie společnosti*

Podnik Perník, s.r.o. sídlil do roku 2008 v Předměřicích nad Labem. V současné lokalitě se firma nachází až posledních šest let. Původní myšlenkou majitelů bylo založit firmu Perník, s.r.o. jako předváděcí společnost pro zákazníky firmy J4, s.r.o. Zákazníci měli možnost prohlídky provozu anebo možnost zhlédnutí vlastní pečné zkoušky na výrobním zařízení. Později tato firma rozšířila své zaměření o vlastní výrobu.

*Organizace společnosti*

Základní kapitál této společnosti je 1 000 000 Kč. Statutárním orgánem jsou dva jednatelé, kteří mají právo jednat samostatně. V současné době firma zaměstnává 35 zaměstnanců z toho je 1 technolog výroby, 2 vedoucí výroby a 2 mistři výroby.

*Předmět a rozsah podnikání*

Firma Perník, s.r.o. je český výrobce trvanlivého pečiva se specializací na výrobu sušenek a piškotů. Kromě těchto výrobků firma nabízí i výrobky podporující zdravý životní styl, tedy potraviny šetrné k lidskému organismu. Tento sortiment je tvořen třemi řadami: cukrová, celozrnná a speciální (bezlepkové výrobky, výrobky bez cukru). Cílem firmy je oslovit především zákazníky s bezlepkovou dietou a dia dietou. Výrobky této firmy lze nalézt v privátních značkách zavedených tuzemských firem.

Jejich hlavní strategií a zároveň silnou stránkou je vývoj nových produktů dle požadavků a přání zákazníků – mohou si určit složení i chuť výrobku. Hlavní strategií je také výroba zaměřená na bezlepkové potraviny. Do budoucna firma plánuje rozšířit tuto produkci výstavbou nové výrobní haly, kde by měla probíhat pouze bezlepková výroba.

Na základě poskytnutých účetních závěrek této společnosti bylo možné získat informace o celkových tržbách v tuzemsku a v zahraničí v letech 2009 až 2013. Kč. Tyto tržby jsou uvedeny v Tabulce 2. Údaje jsou uvedeny v tis. Kč.

| **rok** | **2009** | **2010** | **2011** | **2012** | **2013** |
|---|---|---|---|---|---|
| **tuzemsko** | 31,740 | 18,653 | 20,399 | 51,594 | 52,558 |
| **zahraničí** | 0 | 207 | 287 | 402 | 624 |

**Tabulka 2 - Celkové tržby za výrobky**

*Výrobní technologie*

Tato společnost využívá nejmodernější výrobní postupy a technologie např.: tvarovací zařízení Padovani SRL (Itálie), OKA GmbH (Německo), Mopos, a.s. Olomouc

(Česká republika, dále jen ČR), balící stroje Velteko CZ, s.r.o. (ČR), Appec Group, a.s. (ČR), Petruzalek s.r.o. (výroba Itálie), vlastní pečení: pásové tunelové pece J4, s.r.o. (ČR). Firma v roce 2009 pořídila oddělený sklad na bezlepkové výrobky a druhou výrobní linku na výrobu bezlepkových výrobků. Výrobní kapacita je 250tun/měsíčně.

## 3.2 Analýza CSR společnosti Perník, s.r.o.

V této části práce jsou uvedeny konkrétní aktivity, které firma vyvíjí pro společenskou odpovědnost. Tyto aktivity jsou rozděleny dle jednotlivých oblastí Triple – bottom line (sociální, ekonomická a environmentální oblast).

*Sociální oblast*

V podniku Perník, s.r.o. je v současné době zaměstnáno 35 zaměstnanců, přičemž jsou v tomto podniku nabízeny rovné pracovní příležitosti jak pro muže, tak pro ženy. Pro společnost Perník, s.r.o. není problém zaměstnat absolventy bez praxe a to z toho důvodu, že si mohou své zaměstnance proškolit sami dle svých potřeb. Dále firma spolupracuje se studenty základních a středních škol poskytováním exkurzí.

Firma svým zaměstnancům poskytuje určité benefity, jako jsou příspěvky na stravné, hrazení pracovního oblečení, částečný příspěvek na dopravu, hrazení potravinového průkazu a také nápoje na pracovišti zdarma. Firma podporuje vzdělávání svých zaměstnanců. Zejména se to týká vyššího vedení (technolog a vedoucí výroby) a při zavádění nových technologií a systémů se musejí vzdělávat i mistři výroby. Za jistou formu vzdělávání považují i účasti na výstavách.

V rámci sociální oblasti se firma aktivně zapojuje i v oblasti sponzoringu, jedná se ale pouze o sponzoring nefinančního charakteru. Firma se zaměřuje na kulturní (karnevaly, plesy) a sportovní události. Své výrobky poskytují také na charitativní činnost (Červený kříž) a darem je dávají i do Zoologických zahrad.

*Ekonomická oblast*

Společnost Perník, s.r.o. považuje poskytování kvalitních výrobků za nedílnou součást svého podnikání. Vysokou kvalitu potvrzuje zavedený systém managementu bezpečnosti potravin ČSN EN ISO 22000:2006 v oboru výroby sušenek a piškotů. Dále má

firma zavedený systém kritických bodů HACCP v oboru výroby sušenek a piškotů. Firma by do budoucna chtěla mít certifikovaný čistý bezlepkový provoz.

Jelikož firma neprodává výrobky pod svou značkou, je silně závislá na objednávkách od zákazníků. Proto pro spokojenost zákazníků musí být produkty velmi kvalitní. Jak jsem již zmínila, silnou stránkou této firmy je, že zákazník si sám říká, jak by měl výsledný produkt vypadat.

Co se týče etické reklamy, firma není tvůrcem obalů. Poskytují svým zákazníkům informace o složení a nutriční hodnoty. Zákazník s nimi pouze vzhled obalů konzultuje.

V oblasti transparentnosti firma zveřejňuje pouze to, co je povinné (účetní závěrky, smlouvy o převodu obchodního podílu, notářské zápisy). Pro zveřejňování dalších informací, firma nemá dostatek personálu, který by tomu mohl věnovat více pozornosti.

*Environmentální oblast*

Firma věnuje environmentální oblasti velký zájem. Společnost Perník, s.r.o. využívá technologie, které jsou šetrné k životnímu prostředí. Mezi výhody používaných pecí patří nízká spotřeba plynu či jiných zdrojů vhodných k vytápění a nízká spotřeba elektrické energie. Zabývají se také problematikou odpadního tepla, které dle potřeb dále využívají na ohřev teplé užitkové a technologické vody, přitápění budov a pro klimatizační jednotky.

Jejich výroba musí být v souladu s mnoha zákony, z nich lze jmenovat zákon č. 201/2012 Sb., o ochraně ovzduší; zákon č. 73/2012 Sb., o látkách, které poškozují ozonovou vrstvu, a o fluorovaných skleníkových plynech; vyhl. č. 383/2001 Sb., o podrobnostech nakládání s odpady; zákon č. 477/2001 Sb., o obalech; zákon č. 167/2008 Sb., o ekologické újmě a o jejím předcházení a zákon č. 59/2006 Sb., o prevenci závažných havárií. Nakládání s chemickými látkami a směsmi se řídí zákonem č. 350/2011 Sb.

Firma se likvidací přebytečných výrobků nemusí moc zabývat, jelikož vyrábí na zakázku. Pokud ale tato situace nastane, firma má dvě možnosti, jak postupovat. Přebytečné výrobky mohou věnovat jako krmení pro zvířata anebo se jedná o druh výrobku, který se musí ekologicky likvidovat.

Dalším příkladem jejich ohleduplnému přístupu k životnímu prostředí je aktivní třídění odpadu. Ve firmě mají několik míst určených ke třídění odpadu na směsný, „PET“ a kartony. Dále plasty třídí na čirý a barevný. Firma po svých zaměstnancích vyžaduje, aby toto třídění dodržovali. Dle potřeby firma sama odváží odpady do sběrného dvora.

## 3.3 Zhodnocení a návrhy zlepšení společenské odpovědnosti společnosti Perník, s.r.o.

Firma Perník, s.r.o. se věnuje mnoha společensky odpovědným aktivitám. Především lze vyzdvihnout jejich zaměření na maximální uspokojení zákazníků a s tím spojené poskytování kvalitních výrobků. Svým zákazníkům poskytují výrobky jen na základě vlastních požadavků. Kvalitu a bezpečnost výrobků firma může doložit zavedeným certifikátem ČSN EN ISO 22000:2006. Velkým přínosem této firmy je zaměření jejich výrobků na zákazníky s dia dietou a bezlepkovou dietou.

Společenskou odpovědnost této společnosti lze především zlepšovat v oblasti sociální. Firma svým zaměstnancům nabízí určité benefity, ale pro větší spokojenost zaměstnanců může nabízet další. Firma Perník, s.r.o. se nachází 10 km od Hradce Králové a i když svým zaměstnancům přispívá na dopravu, lidé přesto mají výhrady na dojíždění. Pro větší zájem potenciálních zaměstnanců a atraktivitu této společnosti by firma mohla k poskytovaným benefitům dále nabízet finanční příspěvky k důchodovému pojištění, kulturní zájezdy anebo by zaměstnancům mohla hradit očkování proti chřipce. Firma by se na své zaměstnance měla více zaměřit i v rámci vzdělávání, které je spíše poskytováno jen pro vyšší vedení firmy. Do budoucna by se firma na tento problém měla zaměřit a svým zaměstnancům poskytovat vzdělávací kurzy. Dále je pro zaměstnance této firmy pořádáno velmi málo společenských událostí pro posílení dobrých vztahů mezi zaměstnanci. Za velké plus lze považovat zaměstnávání absolventů bez praxe. V dnešní době jen velmi málo firem zaměstná absolventa bez získaných zkušeností.

Kladně lze také ohodnotit jejich sponzorskou činnost. Firma nemá problém poskytnout darem své výrobky komukoli, kdo si o ně požádá. Pravidelně poskytují dary do zoologických zahrad a na charitativní činnosti. Firma také podporuje aktivity v rámci environmentální oblasti. Využívá vlastní výrobní zařízení šetrné k životnímu prostředí. Aktivně se věnuje i třídění odpadu.

Firma by se také mohla zaměřit na zavedení normy EMAS a normy řady ČSN EN ISO 14000. Společnost Perník, s.r.o. vyvíjí aktivity na ochranu životního prostředí, ale zavedením těchto norem se firma zavazuje ke zlepšování svého environmentálního profilu. Díky nim se firma může stát atraktivnější pro zákazníky. Celkově lze danou firmu ohodnotit nadprůměrně společensky odpovědnou.

# Závěr

V dnešní době jsou stále důležitější nehmotné hodnoty, jako je čisté prostředí anebo dodržování lidských práv. Respektování a dodržování těchto hodnot je principem společenské odpovědnosti. Firmy, které se rozhodnou přijmout koncept společenské odpovědnosti firem, realizují opatření s cílem snížit negativní dopady na životní prostředí. Dále poskytují svým zaměstnancům benefity nejen ve formě finančních odměn ale může se např. jednat i o poukázky na jídlo, orientují se na profesní rozvoj svých zaměstnanců, snaží se o vytvoření přátelského prostředí v pracovním kolektivu a také se zaměřují na podporu neziskových organizací či kulturu. Pokud firmy dodržují tyto zásady, stávají se atraktivnější nejen pro investory ale i pro své zaměstnance. Respektování zásad společenské odpovědnosti je pro firmy výhodné i z hlediska konkurenceschopnosti.

Práce byla rozdělena na část teoretickou a praktickou. Teoretická část se zabývala pojmem společenská odpovědnost podniků, oblastmi ve kterých lze tento koncept uplatnit a argumenty pro a proti zavedení konceptu společenské odpovědnosti. Dále zde byly uvedeny instituce, které se daným konceptem zabývají. Teoretická část se také zabývala společenskou odpovědností v potravinářském průmyslu. Praktická část hodnotila úroveň poskytovaných aktivit v rámci společenské odpovědnosti ve vybraném podniku.

Cílem bakalářské práce bylo provést analýzu společenské odpovědnosti ve vybraném podniku v oblasti potravinářského průmyslu. Na základě zjištěných aktivit, které firma vyvíjí pak stanovit, zda je společensky odpovědná či nikoli.

Daná firma se zaměřuje na nejdůležitější činnosti ve všech třech oblastech společenské odpovědnosti. Svým zaměstnancům poskytuje benefity převážně finančního charakteru, ale poskytuje také benefity nefinančního charakteru jako jsou poukázky na stravné či poskytování nápojů na pracovišti zdarma. Firma vlastní certifikáty prokazující kvalitu poskytovaných výrobků. V neposlední řadě se firma orientuje na ochranu životního prostředí. Využívá výrobní technologie šetrné k životnímu prostředí. Na základě zjištěných údajů, lze říci, že se tato firma chová společensky odpovědně.

## Seznam literatury

*Knihy*


1. BACHER, CH. *Corporate social responsibility*. 1. vydání. Munchen: GRIN Verlag 2005, ISBN 978-3-638-63656-8, 35 s.

2. CARROLL, A. *Business and society*. 3. vydání. Boston: Sage Publishing, 1999, 269 s.

3. KAŠPAROVÁ, K. *Faktory ovlivňující CSR reportování*. 1. vydání. Brno: Masarykova univerzita, 2012, ISBN: 978-80-210-5985-6, 135 s.

4. KAŠPAROVÁ K., KUNZ V. *Moderní přístupy ke společenské odpovědnosti firem a CSR reportování*. 1. vydání. Praha: Grada Publishing, 2013, ISBN: 978-80-247-4480-3, 160 s.

5. KULDOVÁ, L. *Společenská odpovědnost firem – Etické podnikání a sociální odpovědnost v praxi*. 1. vydání. Plzeň: Kanina, 2010, ISBN 978-80-87269-12-1, 193 s.

6. KUNZ, V. *Společenská odpovědnost firem*. 1. vydání. Praha: Grada Publishing, 2012, ISBN 978-80-247-3983-0, 208 s.

7. MULLERAT, R.; BRENNAN, D. *Corporate social responsibility: the corporate governance of the 21st century*. 2. vydání. USA: Aspen Publishers, 2011, ISBN 978-90-411-3252-9, 578 s.

8. PAVLÍK, M.; BĚLČÍK, M. a kol. *Společenská odpovědnost podniků – CSR v praxi a jak s ním dál*. 1. vydání. Praha: Grada Publishing, 2010, ISBN 978-80-247-3157-5, 176 s.

9. ZADRAŽILOVÁ, D. a kol. *Společenská odpovědnost podniků – Transparentnost a etika podnikání*. 1. vydání. Praha: C. H. Beck, 2010, ISBN 978-80-7400-192-5, 167 s.


*Elektronické zdroje*


10. BABIČKA, L. *Průvodce světem potravin* [online]. 2012 [cit. 2013-12-06]. Dostupné z: http://eagri.cz/public/web/file/212408/Pruvodce_svetem_potravin_web.pdf.

11. BUSINESS LEADERS FORUM. *Společenská odpovědnost firem*. [online]. 2008 [cit. 2013-11-24]. Dostupné z: http://www.csr-online.cz/co-je-csr/normy-a-iniciativy/.

12. BUSINESS LEADERS FORUM. *Společenská odpovědnost firem*. [online]. 2012 [cit. 2013-12-21]. Dostupné z: http://www.csr-online.cz/co-je-csr/slovnik-pojmu/.

13. BUSINESS LEADERS FORUM. *Společenská odpovědnost firem*. [online]. 2008 [cit. 2013-11-24]. Dostupné z: http://www.csr-online.cz/wp-content/uploads/2012/11/BLF_Pruvodce_CSR.pdf.

14. EFSA. *Evropský úřad pro bezpečnost potravin*. [online]. 2008 [cit. 2014-05-09]. http://www.efsa.europa.eu/en/aboutefsa/docs/corporatebrochurecs.pdf.

15. EHRLICH, P. *Potravinářský průmysl*. [online]. 2013 [cit. 2013-12-03]. Dostupné z: http://www.vitejtenazemi.cz/cenia/index.php?p=potravinarsky_prumysl&site=spotreba.

16. ENVIWEB. *Výkladový slovník environmentálních výrazů* [online]. 2012 [cit. 2014-06-20]. Dostupné z: http://www.enviweb.cz/eslovnik/119.

17. EUFIC. *Normy v potravinářském průmyslu – zaměřeno na HACCP* [online]. 2014 [cit. 2013-06-20]. Dostupné z: http://www.eufic.org/article/cs/page/FTARCHIVE/artid/Normy_v_potravinarskem_prumyslu_-_zamereno_na_HACCP/.

18. EVROPSKÁ AGENTURA PRO BEZPEŇOST A OCHRANU ZDRAVÍ PŘI PRÁCI. *Bezpečná údržba – potravinářství a výroba nápojů* [online]. 2009 [cit. 2014-07-01]. Dostupné z: https://osha.europa.eu/cs/publications/e-facts/efact52.

19. Evropská komise. *Corporate Social Responsibility (CSR)*. [online]. 2013 [cit. 2013-11-24]. Dostupné z: http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sustainable-business/corporate-social-responsibility/index_en.htm.

20. GENIER, C. *Corporate Social Responsibility in the Agrifood Sector*. [online]. [cit. 2014-04-19]. Dostupné z: http://www.fsg.org/Portals/0/Uploads/Documents/PDF/CSR_in_the_Agrifood_Sector.pdf?cpgn=WP%20DL%20-%20CSR%20in%20the%20Agrifood%20Sector.

21. HARTMANN, M. *Corporate social responsibility in the food sector*. [online]. 2011 [cit. 2014-04-19]. Dostupné z: http://www.scp-knowledge.eu/sites/default/files/knowledge/attachments/Hartmann_CSR%20in%20the%20food%20sector_2011_ERAE%2038%20%283%29.pdf.

22. HRALOVÁ, E., KOUBSKÁ, K.. *Společensky odpovědné podnikání jako trend a příležitost*. [online]. 2006 [cit. 2013-4-25]. Dostupné z: http://www.cir.cz/prirucka-csr/482649/1985622.

23. KAŠPAROVÁ, K. *Vývoj společenské odpovědnosti podniků*. [online]. [cit. 2013-12-21]. Dostupné z: http://www.csr-online.cz/wp-content/uploads/2012/11/K_Kasparova_Vyvoj-CSR.pdf.

24. KOSINA, M. *Bezpečnost a ochrana zdraví při práci* [online]. 2010 [cit. 2014-06-30]. Dostupné z: http://www.ospkop.cz/dokumenty/category/8-bozp?download=44%3Abezpecnost-a-ochrana-zdravi-pri-praci.

25. KUNDRATA, M. *Napříč společenskou odpovědností firem*. [online]. 2005 [cit. 2013-11-22]. Dostupné z: http://www.proceweb.cz/files/Napric-SOF.pdf.

26. LADMANOVÁ, M. *Napříč společenskou odpovědností firem*. [online]. 2005 [cit. 2013-11-19]. Dostupné z: http://www.proceweb.cz/files/Napric-SOF.pdf.

27. MINISTERSTVO PRŮMYSLU A OBCHODU. *Informační portál Ministerstva průmyslu a obchodu* [online]. 2009 [cit. 2014-06-14]. Dostupné z: http://www.ippc.cz/.

28. MINISTERSTVO ZEMĚDĚLSTVÍ. *Koncepce potravinářství ČR pro období po vstupu ČR do EU (2004 – 2013)* [online]. 2003 [cit. 2014-06-15]. Dostupné z: http://eagri.cz/public/web/file/3045/_16452_32655_Koncepce_potravinarstvi__2004_2014__1_.pdf.

29. MINISTERSTVO ZEMĚDĚLSTVÍ. *Integrovaná prevence (IPPC) a vybrané environmentální techniky používané v potravinářské, asanační a zemědělské výrobě* [online]. 2008 [cit. 2014-06-15]. Dostupné z: http://eagri.cz/public/web/mze/potraviny/environmentalni-techniky-a-technologie/integrovana-prevence-ippc.html.

30. STEINEROVÁ, M. *Koncept CSR v praxi průvodce odpovědným podnikáním* [online]. 2008 [cit. 2013-03-5]. Dostupné z: http://www.spolecenskaodpovednostfirem.cz/wpcontent/uploads/2013/09/Koncept%20CSR%20v%20praxi.pdf.

31. PROKŮPKOVÁ, V. *Rizikové faktory pracovního prostředí v potravinářských provozech* [online]. 2010 [cit. 2014-07-01]. Dostupné z: http://www.khsstc.cz/Soubor.ashx?souborID=1636&typ=application/octet-stream&nazev=Rizika%20v%20potravin%C3%A1%C5%99sk%C3%A9m%20pr%C5%AFmyslu.doc.

32. TRNKOVÁ, J. *Napříč společenskou odpovědností firem* [online]. 2005 [cit. 2013-12-08]. Dostupné z: http://www.proceweb.cz/files/Napric-SOF.pdf.

33. WBCSD. [online]. 2009 [cit. 2013-12-21]. Dostupné z: http://www.wbcsd.org/about/overview.aspx.

## Seznam zkratek

a.s. – akciová společnost

s.r.o. – společnost s ručením omezeným

BINGO - Business-oriented international Non-Governmental Organization

BOZP - Bezpečnost a ochrana zdraví při práci

ČR – Česká republika

CSR – Corporate social responsibility

EU – Evropská unie

EFSA - European Food Safety Authority

EMAS - Eco-Management and Audit Scheme

GHP - Good Hygiene Practice

GRI – Global Reporting Initiative

HACCP - Hazard Analysis and Critical Control Points

IIP - Investors in People

IPPC - Integrated Pollution Prevention and Control

OECD - Organisation for Economic Co-operation and Development

OSN - Organizace Spojených Národů

SRI - Socially Responsible Investment

## Seznam obrázků

Obr. 1 - Hierarchie CSR.....12
Obr. 2 - Triple - bottom line.....13

## Seznam tabulek

Tabulka 1 - Tři pilíře CSR.....16
Tabulka 2 - Celkové tržby za výrobky.....32