

Univerzita Pardubice

Fakulta chemicko-technologická

CSR komunikování podniků působících na Ukrajině

Bc. Iryna Kyrylenko

Diplomová práce

2018

University of Pardubice

Faculty of Chemical Technology

CSR Communication of Enterprises Operating in Ukraine

Bc. Iryna Kyrylenko

Diploma thesis

2018

## ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Bc. Iryna Kyrylenko**  
Osobní číslo: **C16627**  
Studijní program: **N2807 Chemické a procesní inženýrství**  
Studijní obor: **Ekonomika a management chemických a potravinářských podniků**  
Název tématu: **CSR komunikování podniků působících na Ukrajině**  
Zadávací katedra: **Katedra ekonomiky a managementu chemického a potravinářského průmyslu**

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

1. Koncept CSR (vymezení konceptu, oblasti a aktivity CSR).
2. CSR reportování a komunikování (podstata, vztah, legislativní úprava, rámec CSR reportování a komunikování, úroveň CSR reportování a komunikování ve světě).
3. CSR komunikování vybraných nefinančních podniků působících na Ukrajině (analýza a zhodnocení stavu).
4. Shrnutí výsledků a závěr.

Rozsah grafických prací:

Rozsah pracovní zprávy: **cca 50 stran**

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

Seznam odborné literatury:

1. BUCHHOLTZ, A. K., CARROLL, A. B. (2012). *Business & Society: Ethics, Sustainability, and Stakeholder Management*. 8. vyd. South-Western: Cengage Learning. 760 s. ISBN 978-0-538-46676-9.
2. COOMBS, W. T., HOLLADAY, S. J. (2012). *Managing Corporate Social Responsibility: A Communication Approach*. 1. vyd. Oxford: Wiley-Blackwell. 200 s. ISBN 978-1-443-3645-0.
3. KAŠPAROVÁ, K., KUNZ, V. (2013). *Moderní přístupy ke společenské odpovědnosti firem a CSR reportování*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing. 160 s. ISBN 978-80-247-4480-3.
4. KUNZ, V. (2012). *Společenská odpovědnost firem*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing. 208 s. ISBN 978-80-247-3983-0.
5. RASCHE, A., MORSING, M., MOON, J. (2017). *Corporate Social Responsibility: Strategy, Communication, Governance*. 1. vyd. Cambridge: Cambridge University Press. 554 s. ISBN 978-80-247-3622-8.
6. TETŘEVOVÁ, L. a kol. (2017). *Společenská odpovědnost firem společensky citlivých odvětví*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing. 224 s. ISBN 978-80-271-0285-3.

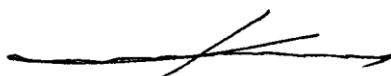
Vedoucí diplomové práce:

**doc. Ing. Liběna Tetřevová, Ph.D.**

Katedra ekonomiky a managementu chemického a potravinářského průmyslu

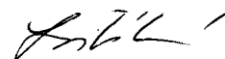
Datum zadání diplomové práce: **28. února 2018**

Termín odevzdání diplomové práce: **11. května 2018**



prof. Ing. Petr Kalenda, CSc.  
děkan

L.S.



prof. Ing. Hana Lošťáková, CSc.  
vedoucí katedry

V Pardubicích dne 17. února 2017

## **PROHLÁŠENÍ**

Prohlašuji, že 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.

Beru na vědomí, že v souladu s § 47 b zákona č. 111/1998 Sb., o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách), ve znění pozdějších předpisů, a směrnicí Univerzity Pardubice č. 9/2012, bude práce zveřejněna v Univerzitní knihovně a prostřednictvím Digitální knihovny Univerzity Pardubice.

V Pardubicích dne 11. května 2018

Bc. Iryna Kyrylenko

## **PODĚKOVÁNÍ**

Na tomto místě bych ráda poděkovala vedoucí své diplomové práce doc. Ing. Liběně Tetřevové, Ph.D., za odbornou pomoc, připomínky, rady a poskytnuté materiály, které mi pomohly při zpracování této práce.

## **ANOTACE**

Diplomová práce pojednává o CSR komunikování firem působících na Ukrajině. Pozornost je zaměřena na CSR web komunikování těchto firem. Na úvod teoretické části práce je objasněn konceptu CSR a identifikovány a charakterizovány jsou alternativní oblasti a aktivity CSR. Zvláštní pozornost je zaměřena na problematiku CSR reportování a komunikování. V praktické části práce je analyzována, zhodnocena a komparována úroveň CSR web komunikování TOP 100 nefinančních firem působících na Ukrajině, TOP 50 chemických firem působících na Ukrajině a vybraných firem Svazu chemického průmyslu působících v České republice.

## **KLÍČOVÁ SLOVA**

Společenská odpovědnost firem, zainteresované skupiny, CSR komunikování, CSR reportování, ekonomická odpovědnost, sociální odpovědnost, environmentální odpovědnost, etická odpovědnost, filantropická odpovědnost.

## **TITLE**

CSR Communication of Enterprises Operating in Ukraine

## **ANNOTATION**

The diploma thesis deals with CSR communication of enterprises operating in Ukraine. Attention is focused on CSR web communication of these companies. The introduction of the theoretical part of the thesis clarifies the concept of CSR and identifies and characterizes alternative areas and CSR activities. Particular attention is paid to the issue of CSR reporting and communication. The practical part of the thesis analyzes, evaluates and compares the level of CSR web communication of TOP 100 non-financial companies operating in Ukraine, TOP 50 chemical companies operating in Ukraine and selected companies of the Association of Chemical Industry operating in the Czech Republic.

## **KEYWORDS**

Corporate social responsibility, stakeholders, CSR communication, CSR reporting, economic responsibility, social responsibility, environmental responsibility, ethical responsibility, philanthropic responsibility.



## OBSAH

<b>Úvod</b> .....	<b>11</b>
<b>1 KONCEPT CSR</b> .....	<b>13</b>
1.1 Vymezení konceptu CSR.....	13
1.2 Oblasti a aktivity CSR .....	14
<b>2 CSR REPORTOVÁNÍ A KOMUNIKOVÁNÍ</b> .....	<b>21</b>
2.1 Podstata a vztah CSR reportování a komunikování .....	21
2.2 Legislativní úprava CSR reportování a komunikování .....	22
2.2.1 Legislativní úprava na úrovni EU .....	22
2.2.2 Legislativní úprava na národní úrovni .....	23
2.3 Rámce CSR reportování a komunikování .....	25
2.3.1 ČSN ISO 26000 .....	25
2.3.2 Směrnice OECD pro nadnárodní podniky .....	26
2.3.3 Global Reporting Initiative .....	27
2.3.4 Metodika komunikování ekonomických, sociálních, environmentálních, etických a filantropických aktivit.....	28
2.4 Úroveň CSR reportování a komunikování ve světě .....	32
2.5 Opatření směřující ke zvýšení úrovně CSR komunikování.....	34
<b>3 CSR WEB KOMUNIKOVÁNÍ VYBRANÝCH FIREM PŮSOBÍCÍCH NA UKRAJINĚ</b> .....	<b>37</b>
3.1 Lokální kontext.....	37
3.2 Cíle výzkumu, data a metodika .....	38
3.2.1 Hlavní a parciální cíle výzkumu .....	38
3.2.2 Data a jejich sběr.....	39
3.2.3 Aplikované metody vědecké práce .....	44
3.3 CSR web komunikování 100 nejvýznamnějších nefinančních podniků působících na Ukrajině.....	45
3.4 CSR web komunikování nejvýznamnějších chemických podniků působících na Ukrajině .....	49
3.5 Komparace úrovně CSR web komunikování 100 nejvýznamnějších nefinančních podniků a 50 nejvýznamnějších chemických podniků působících na Ukrajině .....	54
3.6 Komparace úrovně CSR web komunikování chemických podniků působících na Ukrajině a chemických podniků působících v České republice .....	58

3.7 Návrh dílčích opatření vedoucích ke zlepšení úrovně CSR web komunikování nefinančních, zejména chemických, podniků působících na Ukrajině.....	63
<b>ZÁVĚR.....</b>	<b>65</b>
<b>SEZNAM ZKRATEK.....</b>	<b>67</b>
<b>POUŽITÁ LITERATURA .....</b>	<b>68</b>
<b>SEZNAM TABULEK .....</b>	<b>73</b>
<b>SEZNAM OBRÁZKŮ.....</b>	<b>75</b>

## ÚVOD

Fenoménem dnešní doby je uplatňování konceptu společenské odpovědnosti firem (Corporate Social Responsibility neboli CSR). Nutnost aplikovat koncept CSR se projevuje především v případě firem tzv. společensky citlivých odvětví. Za ty považujeme mimo jiné firmy chemického průmyslu, ale také např. firmy metalurgické, zbrojařské či tabákové.

Skutečností je, že uplatňování společensky odpovědného chování firmami je spojeno s řadou přínosů, a to jak pro společnost jako celek, tak pro firemní stakeholdery (primární i sekundární zainteresované skupiny), ale i pro samotné firmy. Předpokladem sdílení těchto přínosů firmou je přitom reportování vyvíjených společensky odpovědných aktivit, a především pak jejich efektivní komunikování (Kyrylenko, Tetřevová, 2017, s. 101, Tetřevová, 2017). Jak uvádí Ihlen a kol. (2014, s. 358), pro firmy je komunikování jejich odpovědného chování směrem ke stakeholderům životně důležité. Komunikační funkce tak představuje klíčovou součást řízení CSR. Jako silný nástroj komunikování, který vede k úspěšnému naplnění této funkce, se přitom jeví Internet (Ihlen a kol., 2014, s. 358).

Hlavním cílem diplomové práce je analyzovat a zhodnotit úroveň CSR web komunikování nefinančních podniků působících na Ukrajině, a to s akcentem na firmy chemického průmyslu. Uvedený hlavní cíl lze dekomponovat na následující dílčí cíle:

1. Vysvětlit podstatu konceptu CSR a identifikovat jeho alternativní oblasti a aktivity.
2. Objasnit podstatu a vztah CSR reportování a komunikování, jejich legislativní úpravu a rámce.
3. Zhodnotit úroveň CSR reportování a komunikování ve světě a diskutovat možná opatření směřující ke zvýšení úrovně CSR komunikování.
4. Analyzovat a zhodnotit úroveň CSR web komunikování 100 nejvýznamnějších nefinančních podniků působících na Ukrajině.
5. Analyzovat a zhodnotit úroveň CSR web komunikování nejvýznamnějších chemických podniků působících na Ukrajině.
6. Komparovat úroveň CSR web komunikování 100 nejvýznamnějších nefinančních podniků a nejvýznamnějších chemických podniků působících na Ukrajině.

7. Komparovat úroveň CSR web komunikování chemických podniků působících na Ukrajině a chemických podniků působících v České republice.
8. Formulovat návrh dílčích opatření vedoucích ke zlepšení úrovně CSR web komunikování nefinančních, zejména chemických, podniků působících na Ukrajině.

Teoretická část práce vychází z literární rešerše, jejímž předmětem se staly především domácí, ale i zahraniční odborné knihy a články z oblasti managementu a marketingu. Předmětem studia se však staly také právní normy a dokumenty relevantních institucí, a to jak v tištěné, tak elektronické podobě. Jejich výběr byl přitom ovlivněn aktuálností a relevancí daných zdrojů.

Praktická část práce vychází z poznatků získaných při zpracování teoretické části práce a dále pak především z obsahové analýzy webových stránek TOP 100 nefinančních firem a TOP 50 chemických firem působících na Ukrajině. Komparována jsou získaná data i s daty vypovídajícími o CSR web komunikování firem Svazu chemického průmyslu České republiky.

# 1 KONCEPT CSR

## 1.1 Vymezení konceptu CSR

V současné době řada firem usiluje nejen o naplnění tradičních ekonomických cílů, ale také o naplnění sociálních a environmentálních cílů, tj. o aplikaci **konceptu společenské odpovědnosti firem – corporate social responsibility (CSR)**. V praxi se tato snaha projevuje např. ve snaze být dobrým zaměstnavatelem, minimalizovat dopady podnikání na životní prostředí, stanovovat dobrovolné etické standardy či podporovat místní komunitu (Kunz, 2012, s. 11).

Existuje celá řada vymezení **pojmu CSR**. Podle Tetřevové (Tetřevová a kol., 2017, s. 19) společenská odpovědnost firmy představuje „takové chování manažerů a dalších zaměstnanců firmy, které respektuje nejen ekonomické a technické zájmy firmy, ale i zájmy všech firemních stakeholderů, přičemž je realizováno dobrovolně nad rámec zákona a smluvních ujednání a prolíná se všemi firemními činnostmi“.

Rasche, Morsing a Moon (2017, s. 6) uvádí, že CSR představuje integrování sociální, environmentální, etické a filantropické odpovědnosti vůči společnosti do činnosti, procesů a strategie podniku, a to ve spolupráci s relevantními zainteresovanými stranami.

Coombs a Holladay (2012, s. 8) definují CSR jako dobrovolné aktivity, které firmy implementují, aby naplnily své poslání a vnímaný závazek vůči stakeholderům zahrnujícím zaměstnance, komunitu, životní prostředí a společnost jako celek.

Z uvedených definic jsou patrné **hlavní principy**, na kterých je koncept CSR založen. Jsou jimi (Kašparová, Kunz, 2013, s. 16):

- **dobrovolnost** – CSR aktivity jsou podniky realizovány dobrovolně, a to nad rámec vymezený legislativou;
- **dlouhodobý časový horizont, systematickosti** – CSR je dlouhodobě zahrnuta do podnikových hodnot, strategie i podnikových procesů, a to na všech úrovních podniku;
- **aktivní spolupráce se zainteresovanými skupinami** – vytváření „win-win“ situace;
- **komplexnost a fungování firmy s využitím „3P“** – zaměření se jak na ekonomickou, tak environmentální a sociální oblast;

- **odpovědnost vůči společnosti a závazek podniku přispívat k rozvoji kvality života** – etický závazek pracovat ve prospěch společnosti;
- **srozumitelnost a otevřený dialog se zainteresovanými skupinami** – otevřený přístup stakeholderů k informacím o aktivitách podniků.

## 1.2 Oblasti a aktivity CSR

Obecně je uváděno, že **koncept CSR integruje tři dimenze – ekonomickou, sociální a ekologickou**, které tvoří tzv. trojí minimální linii neboli „3P“ (People, Planet, Profit), blíže viz např. Elkington (2004, s. 1-16), Kuldová (2010, s. 15), Řezáč (2009, s. 316) či Zadražilová a kol. (2010, s. 3).

Co se týká CSR aktivit v kontextu 3P, podrobně je specifikuje např. Kunz (2012, s. 21-25). Mezi **aktivity ekonomického pilíře** přitom řadí (Kunz, 2012, s. 21):

- vyhýbaní se korupci, chování managementu a zaměstnancův souladu s etickými normami – firma má zpracovaný etický kodex nebo jiný dokument upravující chování managementu a zaměstnanců;
- rozvíjení pozitivních vztahů s vlastníky a investory – podnik respektuje zájmy svých vlastníků i dalších investorů, především dbát na jejich informovanost, sleduje hodnoty, které očekávají;
- řízení firmy a způsob vedení správy – firma uplatňuje principy dobrého řízení;
- zajištění transparentnosti a věrohodnosti – podnik poskytuje zainteresovaným skupinám informace o sobě (firmě), a to jak informace pozitivní, tak i negativní;
- rozvíjení pozitivních vztahů s dodavateli či zákazníky – podnik se snaží trvale dodržovat dohodnuté podmínky či termíny splatnosti, dlouhodobě buduje a řídí vztahy s dodavateli a zákazníky, snaží se uspokojovat požadavky zákazníků, nabízet kvalitní a bezpečné výrobky za vhodnou cenu či snižovat počet reklamací a stížností ze strany zákazníků;
- neustálá aplikace inovací a podpora udržitelnosti;
- respektování pravidel spravedlivého konkurenčního boje a ochrany duševního vlastnictví.

Mezi **aktivity sociálního pilíře** pak řadí (Kunz, 2012, s. 22-23):

- zabezpečení ochrany zdraví a bezpečnosti při práci – např. zajištění optimálních pracovních podmínek a minimalizaci všech negativních dopadů, dále pak zajištění ochranných pomůcek, mycích prostředků, sanitárního vybavení a nápojů v odpovídajícím množství a kvalitě;
- péči o vzdělávání a rozvoj zaměstnanců – zejména ve formě rozšiřování úrovně odborných znalostí a dovedností zaměstnanců, zvyšování jejich kvalifikace či podpory jejich kariérního růstu;
- zákaz nucené práce;
- zákaz dětské práce;
- zákaz diskriminace – tj. zaměstnávání nejvhodnějších pracovníků bez rozdílu pohlaví, věku, náboženského přesvědčení či politické příslušnosti a dále pak zajištění rovného přístupu k nim, rovných příležitostí a chování;
- zabezpečení vyváženosti pracovního a osobního života – např. v podobě pružné či zkrácené pracovní doby, práce z domova či formou udržování kontaktů se zaměstnanci na rodičovské dovolené;
- realizace kvalitního procesu získávání zaměstnanců a ukončování pracovního poměru – např. realizace výběrových rozhovorů, zavedení programů na podporu propouštěných zaměstnanců či pomoc při hledání nového pracovního místa;
- péče o zaměstnance;
- dodržování pracovní doby;
- odstraňování obtěžování a sexuálního harašení na pracovišti;
- zajištění dostupnosti pracoviště;
- zabezpečení svobody sdružování a práva na kolektivní vyjednávání;
- boj proti lobbingu a férové zacházení – aplikace opatření pro řešení stížností zaměstnanců, včasné řešení problémů, boj proti šikaně na pracovišti a realizace adekvátních nápravných opatření;

- zajištění zdravé firemní kultury – např. komunikace se zaměstnanci, vytváření pozitivní atmosféry ve firmě, podpora týmového ducha.

Mezi **aktivity environmentálního pilíře** řadí (Kunz, 2012, s. 23-25):

- ekologickou firemní kulturu, založenou na využívání alternativních zdrojů energie, recyklaci, minimalizaci odpadů, úsporách vody, energie a ostatních zdrojů;
- minimalizaci negativních dopadů činnosti na životní prostředí a komunitu;
- omezené užívání přírodních zdrojů a jejich ochranu;
- ekologickou výrobu, služby a produkty přívětivé k životnímu prostředí – dodržování standardů řady ISO 14001 a EMAS;
- investice do čistých technologií;
- odpovědné nakládání s nebezpečnými látkami;
- aplikaci environmentálních principů při výběru dodavatelů.

Uvedené pojetí tří pilířů CSR rozpracovává Zadražilová a kol. (2010, s. 2), kteří navíc rozlišují dvě součásti sociálního pilíře, a to sociální odpovědnost vůči interním subjektům (tzv. pracoviště) a sociální odpovědnost vůči externím subjektům (tzv. společnosti). Oblasti CSR, hlavní skupiny zainteresovaných subjektů, problémy a nástroje CSR v pojetí Zadražilové a kol. jsou patrné z Tab. 1.



**Tab. 1: Tři pilíře CSR**

<b>Ekonomický pilíř</b>	<b>Sociální pilíř</b>		<b>Environmentální pilíř</b>
<b>Trhy</b>	<b>Pracoviště</b>	<b>Společenství</b>	<b>Životní prostředí</b>
<b>Hlavní skupiny zainteresovaných subjektů</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>- zákazníci/spotřebitelé</li> <li>- smluvní/obchodní partneři</li> <li>- investoři</li> <li>- veřejný sektor</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- zaměstnanci</li> <li>- odbory</li> <li>- zaměstnavatelé</li> <li>- místní komunity</li> <li>- podniky</li> <li>- státní orgány</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- státní orgány</li> <li>- neziskové organizace</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- organizace a hnutí zabývající se problematikou životního prostředí</li> </ul>
<b>Problémy</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>- odpovědné řízení dodavatelských řetězců</li> <li>- kvalita</li> <li>- inovace</li> <li>- bezpečnost produktů</li> <li>- férové ceny</li> <li>- uspokojení zákazníků a očekávání zákazníků</li> <li>- etická reklama</li> <li>- transparentnost</li> <li>- ochrana duševního vlastnictví</li> <li>- korupce</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- různorodost na pracovišti</li> <li>- rovné příležitosti</li> <li>- rovnováha mezi zaměstnáním a osobním životem</li> <li>- zdraví a bezpečnost</li> <li>- školení a rozvoj pracovníků</li> <li>- uspokojení z práce</li> <li>- platy, odměny a požitky</li> <li>- vytváření/ochrana pracovních míst</li> <li>- pracovní práva</li> <li>- lidský kapitál</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- sociální integrace (tolerance, sociální koheze)</li> <li>- péče o zdraví</li> <li>- vzdělávání</li> <li>- kvalita života (sport, kultura)</li> <li>- ekonomická obnova a rozvoj</li> <li>- místní infrastruktura</li> <li>- bezpečnost</li> <li>- lidský kapitál</li> <li>- lidská práva</li> </ul>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Užívání zdrojů <ul style="list-style-type: none"> <li>- těžba nerostných surovin a jejich vyčerpání</li> <li>- nakládání s vodou</li> <li>- energie – klimatická změna, kyselá dešť</li> </ul> </li> <li>2. Odpady <ul style="list-style-type: none"> <li>- nakládání s půdou, kontaminace půdy a podzemních vod, skládky</li> </ul> </li> <li>3. Znečištění <ul style="list-style-type: none"> <li>- vzduch (ozonová díra, kyselá dešť, smog)</li> <li>- voda</li> <li>- půda</li> <li>- snížení biologické diverzity</li> </ul> </li> </ol>
<b>Nástroje</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>- štítek (informace o produktech)</li> <li>- charta spotřebitele</li> <li>- marketing</li> <li>- vnější komunikace</li> <li>- standardy (ISO 9000, SA 8000, sociální značky)</li> <li>- systémy řízení kvality</li> <li>- kodexy chování</li> <li>- corporate governance</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- povědomí zaměstnanců o legislativě</li> <li>- pružné pracovní vzorce</li> <li>- účast zaměstnanců v rozhodovacích procesech</li> <li>- vztahy s odbory</li> <li>- druhotné programy</li> <li>- partnerství s vnějšími sítěmi/zainteresovanými subjekty</li> <li>- standardy (SA 8000, sociální značka)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- peněžní dary</li> <li>- věcné dary</li> <li>- služby poskytované zdarma</li> <li>- půjčování podnikových zdrojů</li> <li>- zapojení zaměstnanců/dobrovolnictví</li> <li>- firemní filantropie</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- předjímání legislativy</li> <li>- formální a neformální systémy ekologického řízení</li> <li>- životní cyklus</li> <li>- ekologické značky</li> <li>- deklarace environmentálních produktů</li> <li>- čistší produkce</li> <li>- věda a výzkum</li> <li>- prostorové plánování</li> <li>- dopravní plánování</li> <li>- dobrovolné dohody</li> </ul>

Zdroj: (Zdražilová a kol., 2010, s. 2-3)

Alternativní pohled na oblasti CSR uvádí Carroll (1991, s. 39-48), který rozlišuje následující **čtyři CSR odpovědnosti**, a to:

- **odpovědnost ekonomickou** – kdy povinností podniku je být rentabilní;
- **odpovědnost právní** – založenou na dodržování právních norem firmou;
- **odpovědnost etickou**, která vyjadřuje povinnost podniku jednat eticky a morálně ke všem zainteresovaným stranám;
- **odpovědnost filantropickou**, v rámci které je úkolem podniku dávat něco zpět společnosti, např. poskytovat charitativní dary či se zapojovat ve formě firemního dobrovolnictví.

Jejich náplň je pak specifikována následovně (Buchholtz, Carroll, 2012, s. 37). Podstata ekonomické odpovědnosti spočívá v maximalizaci objemu prodeje a minimalizaci nákladů, v realizaci atraktivní dividendové politiky a zajištění odpovídajícího a zajímavého zhodnocení investic pro investory. Náplní právní odpovědnosti je dodržování legislativy environmentální, zaměstnanecké a legislativy v oblasti spotřebitelských práv. Dále pak jde o plnění všech smluvních a jiných závazků a záruk. Podstatou etické odpovědnosti je chovat se nad rámec legislativní úpravy, která je považována za minimální závazek. Jde o to dělat správné věci správně a férově, mimo jiné uplatňovat etické řízení. Náplní filantropické odpovědnosti je dárcovství, realizace programů zaměřených na podporu vzdělávání, zdraví, sociálních služeb, kultury a umění či zapojení se do dobrovolnických aktivit.

Z výše uvedených pojetí oblastí CSR vychází Tetřevová (2011, s. 615; 2013, s. 128), která rozlišuje následujících **pět pilířů CSR**:

- **ekonomická odpovědnost**, spočívající v zajištění užitečných výrobků a služeb pro společnost v požadovaném množství a kvalitě za rozumnou cenu za současné realizace přiměřeného zisku pro vlastníky;
- **sociální odpovědnost**, jež je založena na respektování potřeb a zájmů zaměstnanců;
- **environmentální odpovědnost**, která je založena na zabránění vzniku negativních externalit a na realizaci proaktivních environmentálních opatření;

- **etická odpovědnost**, jejíž podstatou je tvorba, naplňování a propagace širšího uplatnění etických norem;
- **filantropická odpovědnost** naplňovaná ve formě firemního dobrovolnictví a firemního dárcovství.

CSR aktivity spadající do výše uvedených pěti pilířů jsou specifikovány kolektivem autorů v publikaci *Společenská odpovědnost firem společensky citlivých odvětví* (Tetřevová a kol., 2017). Autoři této publikace mezi ně řadí následující aktivity (v kontextu jednotlivých oblastí CSR):

- **aktivity ekonomické odpovědnosti** – uplatnění principů dobrého řízení, poskytování kvalitních a bezpečných výrobků zákazníkům, tvorba a zavádění inovací a zajištění udržitelnosti produktů, posilování vztahů se zákazníky, posilování vztahů s investory a akcionáři a posilování dodavatelsko-odběratelských vztahů;
- **aktivity sociální oblasti** – zajištění bezpečnosti a ochrany zdraví zaměstnanců, péče o vzdělávání a odborný růst zaměstnanců, zákaz diskriminace, zákaz nucené práce, odstranění dětské práce, zajištění svobody sdružování a práva na kolektivní vyjednávání, realizace kvalitního procesu získávání zaměstnanců a ukončování pracovního poměru, péče o zaměstnance, dodržování pracovní doby, zajištění dostupnosti pracoviště, zajištění vyváženosti pracovního a osobního života, boj proti mobbingu a férové zacházení, odstranění obtěžování a sexuálního harašení na pracovišti a zajištění zdravé firemní kultury;
- **aktivity environmentální odpovědnosti** – zajištění souladu s environmentální legislativou, prosazování odpovědné vnitřní environmentální kultury podniku, a to v oblasti maximalizace úspor energií a ostatních zdrojů, minimalizace odpadů a podpory recyklace, bezpečného zacházení s rizikovými látkami a podpory investic do čistých technologií, dále pak prosazování odpovědných vnějších environmentálních opatření podporou zachování zdrojů a přírodní diverzity, prevencí a nápravou negativních dopadů činnosti na životní prostředí a komunitu, podněcováním iniciativ propagujících odpovědný přístup k životnímu prostředí a dále pak zajištění souladu s principy udržitelného rozvoje, udržitelné výroby a spotřeby a dalšími dobrovolnými standardy;

- **aktivity etické odpovědnosti** – instalace etického kodexu podniku, vzdělávání a výcvik zaměstnanců k etickému jednání, etický reporting, realizace etického auditu, uplatnění etických vzorů, vytvoření úřadu firemního ombudsmana, etického výboru či linky hlášení neetického jednání.
- **aktivity filantropické odpovědnosti** – firemní dárcovství realizované samotnou firmou, firemní dárcovství za podpory zaměstnanců firmy, firemní dobrovolnictví, podpora individuálního dobrovolnictví zaměstnanců, vlastnictví a správa uměleckých či jiných sbírek.

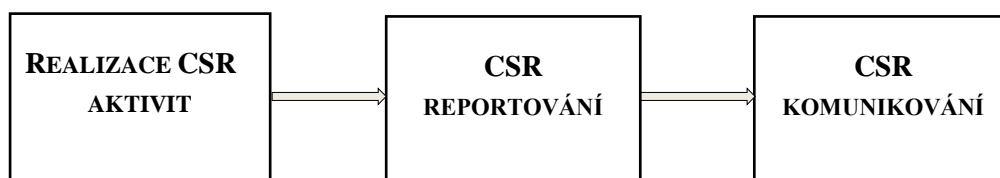
## 2 CSR REPORTOVÁNÍ A KOMUNIKOVÁNÍ

### 2.1 Podstata a vztah CSR reportování a komunikování

CSR reporty lze považovat za prostředek a nástroj sdílení informací o dopadech činnosti firmy jejím stakeholderům. Obecně je cílem **reportingu** vytvořit komplexní systém informací a ukazatelů charakterizujících aktivity firmy ve srozumitelné a uživatelsky přístupné podobě (Šoljaková, Fibírová, 2010, s. 7), v případě **CSR reportingu** jde konkrétně o CSR aktivity firmy.

Podle Pavlíka, Bělčíka a kol. (2010, s. 47) CSR reporty zpravidla obsahují základní představení firmy, popis vztahů firmy k zaměstnancům, životnímu prostředí a okolní komunitě, environmentální dopady a potenciální rizika spojená s činností firmy, realizované a plánované CSR aktivity a projekty. Jejich obsah se však vyvíjí a postupem času vzniká nutnost reportovat stále širší množství informací, jak je patrné z kap. 2.2.

Nutností dnešní doby je nejen CSR aktivity realizovat, reportovat, ale také účinným způsobem komunikovat. Možný pohled na **vztah mezi CSR reportováním a CSR komunikováním** přitom nabízí např. Gray, Owen a Maunders (1987, s. ix), kteří uvádí, že proces komunikování sociálních a environmentálních dopadů ekonomických aktivit organizací na jednotlivé zainteresované skupiny i na společnost jako celek představuje CSR reportování. Diskutovat ale můžeme i alternativní pohled vycházející z posloupnosti realizovaných činností. Vykonává-li podnik společensky odpovědné aktivity a chce-li sdílet přínosy spojené s aplikací společensky odpovědného chování, musí tyto aktivity vykazovat (reportovat) a následně zprávy o těchto aktivitách efektivním způsobem zpřístupnit všem zainteresovaným skupinám, tj. efektivně o těchto aktivitách komunikovat (Tetřevová, 2017, s. 101). Podstata uvedeného pojetí vztahu je patrná z Obr. 1.



**Obr. 1:** *Vztah mezi CSR reportováním a komunikováním*

Zdroj:(vlastní zpracování)

**Komunikací** přitom rozumíme předávání informací nebo určitého sdělení od zdroje, v tomto případě firmy, k příjemci, tj. stakeholderům (Příkrylová, Jahodová, 2010, s.

21). Mezi **kanály CSR komunikování** řadíme výroční zprávy, CSR zprávy, firemní webové stránky, obaly, prospekty, letáky, brožury, noviny, intranet, nástěnky či propagaci CSR aktivit v rámci firemních akcí pro zaměstnance, zákazníky či obchodní partnery (Kunz, Hronová, 2016, s. 386).

## **2.2 Legislativní úprava CSR reportování a komunikování**

### **2.2.1 Legislativní úprava na úrovni EU**

Problematika CSR reportování a potažmo i CSR komunikování je upravena **směrnici Evropského parlamentu a rady 2014/95/EU ze dne 22. října 2014, kterou se mění směrnice 2013/34/EU, pokud jde o uvádění nefinančních informací a informací týkajících se rozmanitosti některými velkými podniky a skupinami.**

Podle článku 19a a 29a této směrnice musí velké podniky, které jsou subjekty veřejného zájmu a k rozvahovému dni překročí kritérium průměrného počtu 500 zaměstnanců za účetní období, a dále subjekty veřejného zájmu, které jsou mateřskými podniky velké skupiny, jež k rozvahovému dni překročí na konsolidovaném základě kritérium průměrného počtu 500 zaměstnanců za účetní období zahrnout do zprávy (konsolidované zprávy) vedení podniku přehled nefinančních informací obsahující v rozsahu potřebném k pochopení vývoje podniku (skupiny), jeho výkonnosti a postavení a dopadů jeho činnosti informace týkající se alespoň environmentálních, sociálních a zaměstnaneckých otázek, dodržování lidských práv a boje proti korupci a úplatkářství.

Současně musí uvést:

- a) stručný popis obchodního modelu podniku/skupiny;
- b) popis politik, jež podnik/skupina ve vztahu k těmto otázkám sleduje, vč. uplatňovaných postupů náležité péče;
- c) výsledky těchto politik;
- d) hlavní rizika související s těmito otázkami, jež jsou spojeny s operacemi podniku/skupiny, vč., je-li to relevantní a přiměřené, jeho obchodních vztahů, produktů nebo služeb, které by mohly mít nepříznivé dopady v těchto oblastech, a způsobu, jakým podnik/skupina tato rizika řídí;

- e) nefinanční klíčové ukazatele výkonnosti, které se vztahují k příslušné podnikatelské činnosti.

Při uvádění daných informací mohou podniky/skupiny vycházet z vnitrostátních, unijních anebo mezinárodních rámců.

## 2.2.2 Legislativní úprava na národní úrovni

Na národní úrovni je problematika CSR reportování a přeneseně tedy i CSR komunikování upravena **Zákonem č. 563/1991 Sb., o účetnictví**, v platném znění. Konkrétně část osmá (§32f – §32i) tohoto zákona vznikla jako transpozice směrnice 2014/95/EU a věnuje se uvádění nefinančních informací.

Vymezen je zde v §32f rozsah působnosti, tj. subjekty – účetní jednotky, které musí uvádět nefinanční informace. V souladu se směrnicí 2014/95/EU se dotčeným subjektem rozumí:

- a) velká účetní jednotka, která je obchodní společností a je zároveň subjektem veřejného zájmu, pokud k rozvahovému dni překročí kritérium průměrného počtu 500 zaměstnanců v průběhu účetního období;
- b) konsolidující účetní jednotka velké skupiny účetních jednotek, která je zároveň subjektem veřejného zájmu, pokud k rozvahovému dni překročí na konsolidovaném základě kritérium průměrného počtu 500 zaměstnanců v průběhu účetního období.

V §32g je pak podrobněji specifikován obsah a proces uvádění nefinančních informací. V odst. 1 se stanoví, že „účetní jednotka uvádějící nefinanční informace uvede nefinanční informace v rozsahu potřebném k pochopení vývoje účetní jednotky nebo skupiny, její výkonnosti a postavení a dopadů její činnosti, a to nefinanční informace týkající se alespoň otázek a) životního prostředí, b) sociálních a zaměstnaneckých, c) respektování lidských práv a d) boje proti korupci a úplatkářství“. Z odst. 2 §32g pak vyplývá, že uvedené informace se uvádějí ve struktuře definované směrnicí 2014/95/EU, podrobněji viz výše.

Dané informace jsou uváděny ve výroční zprávě nebo v konsolidované výroční zprávě, anebo v samostatné zprávě. Využit lze vybrané metodiky upravující zveřejňování zpráv o společenské odpovědnosti, a pokud tak účetní jednotka učiní, je povinna uvést, ze

které metodiky vycházela. (§32g odst. 3 Zákona) Pro uvádění nefinančních informací přitom mohou účetní jednotky vycházet z platných vnitrostátních rámců, unijních rámců, např. systému pro environmentální řízení podniků a audit (EMAS), či mezinárodních rámců, např. iniciativy OSN „UN Global Compact“, směrnice OECD pro nadnárodní podniky, normy Mezinárodní organizace pro normalizaci ISO 26000, tripartitní deklarace Mezinárodní organizace práce o zásadách pro nadnárodní společnosti a sociální politiku, globální iniciativy pro podávání zpráv o společenské odpovědnosti GRI, anebo jiného uznávaného mezinárodního rámce. Blíže viz Důvodová zpráva vládního návrhu zákona, kterým se mění zákon č. 563/1991 Sb., o účetnictví, ve znění pozdějších předpisů.

Dále §32g (odst. 4) stanoví, že, je-li to možné a účelné, mají být nefinanční informace doplněny o odkazy na částky vykazované v účetní závěrce nebo v konsolidované účetní závěrce s případným dalším podrobnějším komentářem.

Z §32g, odst. 5 pak vyplývá, že nefinanční informace týkající se budoucího vývoje, anebo záležitostí, které se právě projednávají, nemusí být ve výjimečných případech uvedeny, pokud by podle řádně odůvodněného stanoviska členů řídicího nebo kontrolního orgánu uvedení těchto nefinančních informací výrazně poškodilo obchodní postavení účetní jednotky uvádějící nefinanční informace nebo skupiny a pokud jejich neuvedení neznemožňuje objektivní a vyvážené pochopení vývoje této účetní jednotky uvádějící nefinanční informace nebo skupiny, její výkonnosti a postavení a dopadu její činnosti.

Pokud účetní jednotka vypracovává samostatnou zprávu, musí být tato samostatná zpráva zveřejněna společně s výroční zprávou nebo konsolidovanou výroční zprávou, nebo zpřístupněna veřejnosti v přiměřené lhůtě, která nesmí překročit 6 měsíců od rozvahového dne, na internetových stránkách účetní jednotky uvádějící nefinanční informace a ve výroční zprávě nebo konsolidované výroční zprávě je uveden odkaz na její zveřejnění způsobem umožňujícím dálkový přístup (§32h Zákona).

V §32i je pak stanoveno, že auditor ověří, zda účetní jednotka uvádějící nefinanční informace vypracovala nefinanční informace a uvedla je ve výroční zprávě nebo konsolidované výroční zprávě nebo zda vypracovala samostatnou zprávu.

Z uvedeného vyplývá, že v současné době platná legislativní úpravu stanoví povinnost zveřejňovat informace o CSR aktivitách pouze velice omezenému okruhu subjektů. V rámci EU se jedná o cca 6 000 firem, v České republice o cca 20 firem



(Flagship, 2016). V případě většiny firem tak závisí na úrovni znalostí a zkušeností manažerů firem a jejich ochotě zveřejňovat dané informace.

## **2.3 Rámce CSR reportování a komunikování**

CSR reportování a komunikování může vycházet z různých vnitrostátních, unijních či mezinárodních rámců, blíže viz např. Důvodová zpráva vládního návrhu zákona, kterým se mění zákon č. 563/1991 Sb., o účetnictví, ve znění pozdějších předpisů. Dále jsou tak představeny tři klíčové rámce, a to norma Mezinárodní organizace pro normalizaci ISO 26000, směrnice Organizace pro hospodářskou spolupráci a rozvoj pro nadnárodní společnosti a globální iniciativa pro podávání zpráv o společenské odpovědnosti („Global Reporting Initiative“). Na závěr je pak vysvětlena tzv. Metodika komunikování ekonomických, sociálních, environmentálních, etických a filantropických aktivit, která bude využita v rámci zpracování praktické části diplomové práce.

### **2.3.1 ČSN ISO 26000**

ČSN ISO 26000:2011 – Pokyny pro oblast společenské odpovědnosti poskytuje organizacím návod, jak implementovat společensky odpovědné chování do svých procesů a systémů.

Na úvod je vysvětlen smysl této normy, dále jsou definovány používané pojmy a pozornost je také zaměřena na porozumění společenské odpovědnosti, kdy jsou mimo jiné vysvětleny současné trendy ve společenské odpovědnosti či její charakteristiky.

Vysvětleny jsou rovněž principy společenské odpovědnosti, kterými jsou odpovědnost, transparentnost, etické chování, princip zainteresovaných stran, princip pravidla zákonnosti, princip mezinárodních standardů či princip lidských práv. Pozornost je zaměřena také na problém uznávání a očekávání ohledně společenské odpovědnosti.

Dále je poskytnut podrobný návod ke klíčovým/základním tématům společenské odpovědnosti, kterými se rozumí vedení organizace, lidská práva, praktiky z oblasti pracovních vztahů, životní prostředí, postupy spravedlivého fungování, spotřebitelské otázky a občanská angažovanost a rozvoj komunity. Blíže viz (ČSN ISO 26000).

### 2.3.2 Směrnice OECD pro nadnárodní podniky

Směrnice OECD pro nadnárodní podniky představuje doporučení, jehož cílem je, aby tyto podniky fungovaly v souladu s vládními politikami, posilovaly vzájemnou důvěru ve vztahu ke společnosti, zlepšily prostředí v oblasti zahraničních investic a přispívaly k udržitelnému rozvoji. Tato směrnice obsahuje dobrovolné zásady a standardy odpovědného chování podniků v souladu s platnými zákony a mezinárodně uznávanými standardy (MPO ČR, 2013, s. 1).

Na úvod jsou v této směrnici vysvětleny základní pojmy a zásady, a dále pak obecné postupy týkající se chování podniků.

Zvláštní pozornost je věnována zpřístupňování informací, kdy by podniky měly zajistit, aby byly včas zpřístupňovány přesné informace o všech zásadních záležitostech týkajících se jejich činnosti, struktury, finanční situace, výkonnosti, vlastnických vztahů a správy a řízení podniku. Konkrétně by měly být poskytovány informace o finančních a provozních výsledcích, cílech, hlavních akcionářích a držitelích hlasovacích práv, politice odměňování členů představenstva a hlavních členů vedení a informace o členech představenstva, včetně jejich kvalifikace, procesu výběru, o pozicích v představenstvu jiných subjektů a o tom, zda představenstvo svého člena považuje za nezávislého, dále o transakcích se spřízněnými stranami, předvídatelných rizikových faktorech, otázkách týkajících se pracovníků a jiných zúčastněných aktérů, o řídicích strukturách a politikách, zejména obsahu případného kodexu či politiky pro správu a řízení podniku a o příslušném prováděcím procesu. Dále by měly být sdělovány takové informace jako prohlášení o hodnotách či o chování podniku, informace o politikách a dalších kodexech chování, informace o dodržování těchto prohlášení a kodexů, informace o systémech, interním auditu, řízení rizik a dodržování právních předpisů či informace o vztazích s pracovníky a jinými zúčastněnými aktéry. Podniky by také podle této směrnice měly nastavit vysoké standardy kvality v oblasti účetnictví a sdělování informací z finanční oblasti i jiných oblastí, včetně zpráv o případné činnosti v oblasti životního prostředí a sociální oblasti. Výroční audit by pak měl provádět nezávislý, kompetentní a kvalifikovaný auditor (MPO ČR, 2013, s. 16-18).

Směrnice dále obsahuje pokyny pro chování podniků v oblasti lidských práv, zaměstnanosti a pracovněprávních vztahů, životního prostředí, boje s úplatkářstvím,

požadováním úplatků a vydíráním, v oblasti zájmů spotřebitelů, vědy a technologie, hospodářské soutěže a daní, blíže viz (MPO ČR, 2013, s. 21-58).

### **2.3.3 Global Reporting Initiative**

Reportingový rámec Global Reporting Initiative (GRI) představuje všeobecně uznávaný rámec pro reportování v oblasti ekonomického, environmentálního a sociálního působení organizací (GRI, 2006, s. 3).

V současné době dostupný manuál G4 Sustainability Reporting Guidelines obsahuje kromě pokynů pro implementaci a vymezení principů reportování, všeobecné a specifické standardy. Všeobecné standardy vymezují rámec reportování v oblasti strategie a analýzy v oblasti udržitelného rozvoje, profilu organizace, parametrů zprávy a jejich limitů/hranic, zapojení zainteresovaných stran, profilu reportování, principů správného řízení, etiky a integrity. Specifické standardy upravují reportování v oblasti manažerských přístupů a jejich indikátorů v oblasti ekonomické, environmentální a sociální (viz Tab. 2), blíže viz (GRI, 2013).

**Tab. 2: Specifické standardy GRI**

<b>Ekonomická oblast</b>		<b>Environmentální oblast</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- hospodářské výsledky;</li> <li>- pozice na trhu;</li> <li>- nepřímé ekonomické dopady;</li> <li>- systém plnění dodávek</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>- materiály;</li> <li>- energie;</li> <li>- voda;</li> <li>- biodiverzita;</li> <li>- emise;</li> <li>- odpady;</li> <li>- výrobky a služby;</li> <li>- dodržování předpisů;</li> <li>- doprava;</li> <li>- celkový pohled;</li> <li>- environmentální hodnocení dodavatelů;</li> <li>- mechanismus řešení stížností v environmentální oblasti</li> </ul>	
<b>Sociální oblast</b>			
<b>Pracovní postupy a důstojné pracovní podmínky</b>	<b>Lidská práva</b>	<b>Společnost</b>	<b>Odpovědnost za produkty</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- zaměstnávání;</li> <li>- vztahy mezi zaměstnanci a managementem;</li> <li>- bezpečnost a ochrana zdraví při práci;</li> <li>- trénink a vzdělávání;</li> <li>- diverzita a rovné příležitosti;</li> <li>- rovné odměňování žen a mužů;</li> <li>- hodnocení přístupu dodavatelů k zaměstnancům;</li> <li>- postupy při řešení stížností</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- investice;</li> <li>- nediskriminace;</li> <li>- svoboda sdružování a kolektivního vyjednávání;</li> <li>- dětská práce;</li> <li>- prevence nucené nebo povinné práce;</li> <li>- postupy ochrany;</li> <li>- práva původních etnik;</li> <li>- ohodnocení;</li> <li>- hodnocení přístupu dodavatelů k otázce lidských práv;</li> <li>- postupy při řešení stížností</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- místní komunita;</li> <li>- protikorupční aktivity;</li> <li>- veřejná politika;</li> <li>- ochrana hospodářské soutěže;</li> <li>- dodržování právních norem;</li> <li>- hodnocení dodavatelů z hlediska dopadů na společnost;</li> <li>- postupy při řešení stížností</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- zdraví a bezpečnost zákazníků;</li> <li>- označování výrobků a služeb;</li> <li>- marketingová komunikace;</li> <li>- ochrana soukromí zákazníků;</li> <li>- dodržování právních norem</li> </ul>

Zdroj: (GRI, 2013, s. 62)

### **2.3.4 Metodika komunikování ekonomických, sociálních, environmentálních, etických a filantropických aktivit**

Metodika komunikování ekonomických, sociálních, environmentálních, etických a filantropických aktivit je metodika vytvořená Tetřevovou (2018a, 2018b). Vychází z pěti oblastí CSR, blíže viz kap. 1.2 a návazně CSR aktivit definovaných a charakterizovaných

Tetřevovou a kol. (2017) v publikaci *Společenská odpovědnost firem společensky citlivých odvětví*.

Tato metodika je určena pro aplikaci na základě obsahové analýzy webových stránek firem. Na úvod je zkoumáno, zda firma disponuje funkčními webovými stránkami, zda na těchto stránkách je v hlavní navigaci uveden odkaz na problematiku CSR či udržitelný rozvoj, zda firma zveřejňuje na webových stránkách výroční zprávy, které obsahují informace o vyvíjených CSR aktivitách či samostatné CSR zprávy. V neposlední řadě je zkoumáno, zda firma komunikuje získání ocenění v některé z oblastí CSR.

Návazně jsou podrobně zkoumány komunikované CSR aktivity, a to strukturovaně v pěti oblastech CSR – oblasti ekonomické, sociální, environmentální, etické a filantropické.

V oblasti ekonomické odpovědnosti je posuzováno komunikování 10 CSR aktivit, blíže viz Tab. 3.

**Tab. 3: Komunikování aktivit ekonomické odpovědnosti**

	<b>Komunikované CSR aktivity</b>	<b>Případná specifikace</b>
1.	Uplatnění principů dobrého řízení	Např. prezentace vlastníků a zástupců statutárních orgánů firmy a jejich kompetencí s důrazem na zajištění transparentnosti či zmínka o corporate governance.
2.	Péče o kvalitu a bezpečnost výrobků	Mimo jiné komunikování certifikace ISO 9000.
3.	Tvorba a zavádění inovací produktů	Mimo jiné zmínka o výzkumu či vývoji.
4.	Posilování vztahů se zákazníky	Zejména zajištění zpětné vazby (např. průzkumy, či garance), zajištění transparentnosti (např. informace o produktech, podmínkách prodeje, o firmě), příp. prezentace společenských akcí pro zákazníky.
5.	Posilování vztahů s vlastníky a investory	Zejména zveřejňování výročních zpráv a další reportů, vydávání firemního časopisu či realizace dalších PR aktivit.
6.	Posilování vztahů s dodavateli a odběrateli	Zejména pravidelná komunikace, podpora CSR aktivit v řetězci či další aktivity posilující důvěru.
7.	Rozvíjení vztahů s institucemi a organizacemi veřejné správy	Jakékoli aktivity rozvíjející vztahy s institucemi a organizacemi veřejné správy.
8.	Partnerství s odbornými asociacemi a mezinárodními organizacemi	Informace o členství v odborných asociacích a mezinárodních organizacích.
9.	Partnerství s vysokými školami a dalšími vzdělávacími institucemi	
10.	Rozvíjení vztahů s veřejností	Např. dny otevřených dveří, firemní časopis, web kamera do areálu závodu, komunikace prostřednictvím sociálních sítí – Facebook, Instagram, YouTube apod.

Zdroj: vlastní zpracování na základě Tetřevová (2018a, 2018b) a Tetřevová a kol. (2017, s. 47-57)

V oblasti sociální odpovědnosti je posuzováno komunikování 11 CSR aktivit, blíže viz Tab. 4.

**Tab. 4: Komunikování aktivit sociální odpovědnosti**

	<b>Komunikované CSR aktivity</b>	<b>Případná specifikace</b>
1.	Zajištění bezpečnosti a ochrany zdraví při práci	
2.	Kvalitní pracovní prostředí	
3.	Péče o vzdělávání a rozvoj zaměstnanců	
4.	Aplikace opatření eliminujících jakékoli formy diskriminace v zaměstnání	
5.	Zajištění svobody sdružování v odborech a práva na kolektivní vyjednávání	
6.	Realizace kvalitního procesu získávání zaměstnanců a ukončování pracovního poměru	
7.	Zapojování zaměstnanců do procesu rozhodování	
8.	Péče o zaměstnance	Např. zaměstnanecké benefity, podnikové oslavy, společenské akce pro zaměstnance, zájem o bývalé zaměstnance, zajištění jistoty zaměstnání.
9.	Zajištění vyváženosti pracovního a osobního života zaměstnanců	
10.	Boj proti mobbingu a obtěžování	
11.	Zajištění zdravé firemní kultury	

Zdroj: vlastní zpracování na základě Tetřevová (2018a, 2018b) a Tetřevová a kol. (2017, s. 62-71)

V oblasti environmentální odpovědnosti je posuzováno komunikování 8 CSR aktivit, blíže viz Tab. 5.

**Tab. 5: Komunikování aktivit environmentální odpovědnosti**

	<b>Komunikované CSR aktivity</b>	<b>Případná specifikace</b>
1.	Zajištění souladu s environmentální legislativou	
2.	Úspora energií a ostatních zdrojů	
3.	Minimalizace odpadů a podpora recyklace	
4.	Bezpečné zacházení s rizikovými látkami	
5.	Podpora investic do čistých technologií	Mimo jiné zmínka o BAT, IPPC, BREF.
6.	Podpora zachování zdrojů a přírodní diverzity	Zejména s ohledem na budoucí generace.
7.	Prevence a náprava negativních dopadů činností na životní prostředí a komunitu	Např. prevence havárií, REACH, IPPC, ISO14000, EMAS, odstraňování ekologických zátěží, snižování emisí.
8.	Podněcování iniciativ propagující odpovědný přístup k životnímu prostředí	Např. využívání zelených přístupů, podpora environmentálních aktivit obchodních partnerů či zaměstnanců, komunikace environmentálních opatření.

Zdroj: vlastní zpracování na základě Tetřevová (2018a, 2018b) a Tetřevová a kol. (2017, s. 77-87)

V oblasti etické odpovědnosti je posuzováno komunikování 8 CSR aktivit, blíže viz Tab. 6.

**Tab. 6: Komunikování aktivit etické odpovědnosti**

	<b>Komunikované CSR aktivity</b>	<b>Případná specifikace</b>
1.	Instalace etického kodexu podniku	Instalace etického kodexu podniku, etických zásad, principů, politik či filozofie.
2.	Vzdělávání a výcvik zaměstnanců k etickému jednání	
3.	Etický reporting	
4.	Realizace etického auditu	
5.	Uplatnění etických vzorů	
6.	Vytvoření úřadu firemního ombudsmana	
7.	Působení etického výboru	
8.	Provozování linky hlášení neetického jednání	

Zdroj: vlastní zpracování na základě Tetřevová (2018a, 2018b) a Tetřevová a kol. (2017, s. 93-101)

V oblasti filantropické odpovědnosti je posuzováno komunikování 5 CSR aktivit, blíže viz Tab. 7.

**Tab. 7: Komunikování aktivit filantropické odpovědnosti**

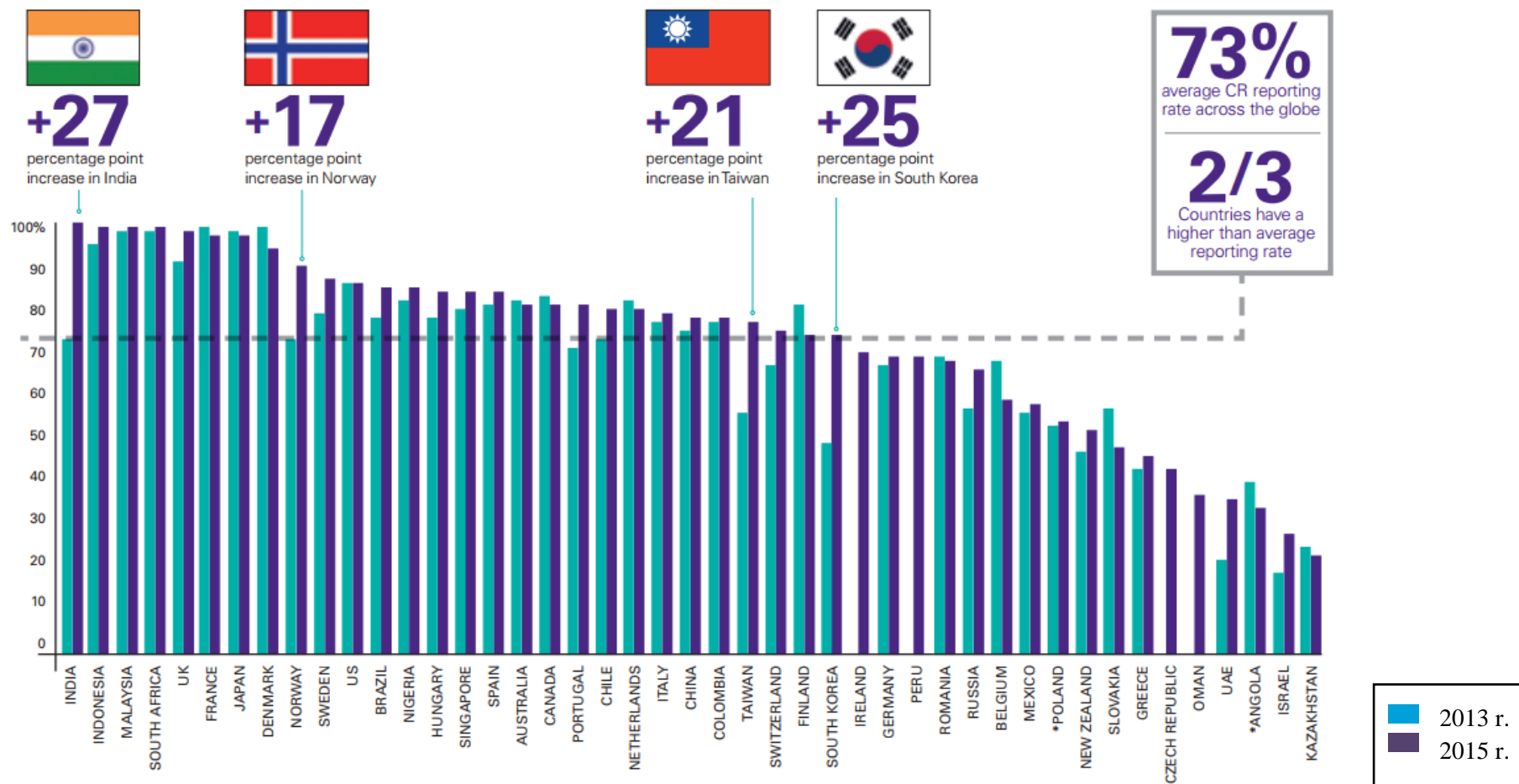
	<b>Komunikované CSR aktivity</b>	<b>Případná specifikace</b>
1.	Realizace dárcovských aktivit	Včetně firemního sponzoringu.
2.	Podpora dárcovských aktivit zaměstnanců	
3.	Firemní dobrovolnictví	
4.	Podpora individuálního dobrovolnictví zaměstnanců	
5.	Spolupráce s neziskovými organizacemi	

Zdroj: vlastní zpracování na základě Tetřevová (2018a, 2018b) a Tetřevová a kol. (2017, s. 108-114)

## 2.4 Úroveň CSR reportování a komunikování ve světě

Úroveň CSR reportování a potažmo CSR komunikování ve světě můžeme zhodnotit na základě dat z výzkumu společnosti KPMG, který byl realizován v roce 2015 na vzorku 4 500 firem. Vzorek byl tvořen 100 největších firem podle výše tržeb ze 45 zemí světa. Data byla získána na základě údajů z veřejně dostupných výročních zpráv, vč. CSR zpráv a obsahu firemních webových stránek. Z uvedené studie vyplývá, že téměř tři čtvrtiny firem (73 %) reportují o společenské odpovědnosti. Úroveň CSR reportování v jednotlivých zemích je pak patrná z Obr. 2.





Obr. 2: Úroveň CSR reportování ve vybraných zemích světa

Zdroj: KPMG (2015, s. 33)

## 2.5 Opatření směřující ke zvýšení úrovně CSR komunikování

Komplexní pohled na opatření směřující ke zvýšení úrovně CSR komunikování v České republice přináší v článku *Communicating CSR in High Profile Industries: Case Study of Czech Chemical Industry* Tetřevová (2018b). Zaměřuje pozornost na opatření, která by měla vést ke zvýšení úrovně CSR komunikování tzv. společensky citlivých odvětví, tj. firem chemického, metalurgického zbrojního, tabákového či herního průmyslu. Daná opatření přitom strukturuje do dvou skupin, a to na opatření realizovaná na příslušných vládních úrovních a na opatření realizovaná na úrovni jednotlivých podniků.

Co se týká vládních regulačních opatření, vychází z daného stavu, kdy v rámci zemí EU v souladu se směrnicí Evropského parlamentu a rady 2014/95/EU ze dne 22. října 2014, kterou se mění směrnice 2013/34/EU, pokud jde o uvádění nefinančních informací a informací týkajících se rozmanitosti některými velkými podniky a skupinami musí velké podniky (či mateřské podniky velkých skupin), jež jsou subjekty veřejného zájmu a k rozvahovému dni překročí kritérium průměrného počtu 500 zaměstnanců za účetní období, zahrnout do zprávy vedení podniku vybrané nefinanční informace a upozorňuje na skutečnost, že daná směrnice se dotýká pouze omezeného počtu subjektů. Na úrovni jednotlivých zemí tak doporučuje využití možnosti rozšíření působnosti této směrnice na širší okruh subjektů, k čemuž, jak dodává, v případě České republiky zatím nedošlo. Blíže viz Tetřevová (2018b).

Co se týká úrovně podniků, jak je z dále uvedeného textu patrné, Tetřevová (2018b) příslušná opatření strukturuje do pěti skupin, a to pravidla a postupy CSR komunikování, technické prostředky CSR komunikování, obsah CSR komunikování, rozvoj spolupráce v oblasti CSR komunikování, implementace příkladů dobré praxe.

### Pravidla a postupy CSR komunikování

V první řadě uvádí, že je třeba zveřejňovat široké spektrum detailních informací o vyvíjených aktivitách, které umožní zainteresovaných skupinám si vytvořit ucelený pohled na vyvíjené CSR aktivity. Poskytovat je třeba informace nejen o vstupech (inputs), výstupech (outputs), výsledcích (outcomes) a dopadech (impacts) vyvíjených CSR aktivit, ale i o vývoji daných indikátorů v čase. Současně dodává, že je třeba zveřejňovat pouze pravdivé a nezkreslené informace. Ke zvýšení důvěryhodnosti komunikovaných informací dále doporučuje ověření těchto informací nezávislým subjektem (auditorem).

## **Technické prostředky CSR komunikování**

Za klasické kanály CSR komunikování považuje tištěné výroční zprávy či CSR zprávy. V souvislosti s rozvojem ICT však upozorňuje na rostoucí význam kanálů CSR komunikování umožňujících veřejnou dostupnost informací prostřednictvím internetu. Doporučuje tak zpřístupnění uvedených zpráv na webových stránkách firem. Co se týká webové CSR komunikace, dále doporučuje umístění záložky s označením „Společenská odpovědnost“ v hlavním menu webových stránek firem. V rámci této záložky by pak měly být obsaženy informace o vyvíjených CSR aktivitách členěné dle jednotlivých oblastí CSR, např. v souladu se zmiňovaným konceptem pěti oblastí CSR. Současně upozorňuje na fakt, že v dnešní době nelze opomíjet komunikování prostřednictvím sociálních sítí, např. Facebook, Twitter či Instagram.

## **Obsah CSR komunikování**

Podle Tetřevové (2018b) může výběr komunikovaných CSR aktivit vycházet z mezinárodních rámců, např. OECD Guidelines for Multinational Enterprises (OECD, 2011), G4 Sustainability Reporting Guidelines (GRI, 2013) či ISO 26000 (ISO 26000:2011). Návodem pro výběr komunikovaných aktivit mohou být i národní rámce či metodiky, např. v práci zmiňovaná metodika komunikování ekonomických, sociálních, environmentálních, etických a filantropických aktivit, která nabízí ucelený pohled na realizované CSR aktivity. V případě společensky citlivých firem je pak třeba zvláštní pozornost věnovat těm oblastem a aktivitám CSR, které souvisí se zvýšenou citlivostí firemních aktivit vnímanou společností.

## **Rozvoj spolupráce v oblasti CSR komunikování**

Tetřevová (2018b) dále upozorňuje na významnou roli, kterou v současné znalostní společnosti hraje partnerství, umožňující transfer know-how. Za přínosné s ohledem na zvýšení úrovně CSR komunikování považuje rozvíjení spolupráce s nevládními neziskovými organizacemi, které se věnují podpoře odpovědného podnikání. Jako příklad na mezinárodní úrovni uvádí CSR Europe - European Business Network for Corporate Social Responsibility, na národní úrovni pak platformu Business Leaders Forum či Business for Society. Jako další možnost pro šíření a sdílení znalostí a inspirativních nápadů vidí partnerství v rámci odborných svazů a asociací. V neposlední řadě za přínosnou formu spolupráce považuje

spolupráci s univerzitami, a to jak s akademiky jako tvůrci nových poznatků, tak univerzitními studenty.

### **Implementace příkladů dobré praxe**

V neposlední řadě může podle Tetřevové (2018b) ke zvýšení úrovně CSR komunikování přispět implementace opatření, která lze považovat za příklady dobré praxe. Z pohledu CSR komunikování jsou nositeli takové praxe zpravidla velké nadnárodní společnosti, např. mobilní operátoři. V České republice lze za nositele dobré praxe v oblasti webové CSR komunikace považovat např. společnost Vodafone Czech Republic a.s. Další zdroj inspirativních nápadů zejména v oblasti filantropické odpovědnosti, podle jejího názoru, představují webové stránky energetické společnosti ČEZ, a.s., mobilního operátora T-Mobile Czech Republic a.s., bankovních institucí Československá obchodní banka, a.s. a Česká spořitelna, a.s., tabákové firmy Philip Morris ČR a.s. či loterijní společnosti SAZKA a.s. Zdrojem zajímavých nápadů rovněž může být účast v prestižních soutěžích, které oceňují různé aspekty společensky odpovědné chování firem, např. Best Employers či TOP odpovědná firma, kdy účast v takových soutěžích přináší cennou zpětnou vazbu a případné ocenění zlepšuje image firmy a může představovat konkurenční výhodu.

### 3 CSR WEB KOMUNIKOVÁNÍ VYBRANÝCH FIREM PŮSOBÍCÍCH NA UKRAJINĚ

#### 3.1 Lokální kontext

Praktická část diplomové práce je zaměřena na problematiku CSR komunikování vybranými chemickými firmami působícími na Ukrajině. **Ukrajina** představuje unitární stát, který leží ve východní Evropě. Jeho rozloha činí 603 700 km<sup>2</sup> (Businessinfo.cz, 2017). Počet obyvatel k 31. 7. 2017 činil 44 033 874 (Central Intelligence Agency, 2017). Území Ukrajiny je rozděleno do 24 administrativních regionů a Krym. Dvě města mají samostatnou správu, jedná se o Kyjev (hlavní město země) a Sevastopol (od března 2014 anektován Ruskou federací).

Hrubý domácí produkt Ukrajiny, měřený v běžných cenách, činil v roce 2016 83,55 mld. USD (International Monetary Fund, 2017). Míra registrované nezaměstnanosti činila v roce 2016 1,5 %. Struktura zaměstnanosti v jednotlivých průmyslových odvětvích za rok 2016 je patrná z Tab. 8.

**Tab. 8: Zaměstnanost v průmyslu na Ukrajině v roce 2016**

Průmysl	Počet zaměstnanců
Potravinářský	9 543
Chemický (v úzkém pojetí)	10 220
Strojírenský	28 759
Hutnický	45 978
Rafinérský	79 514
Energetický	85 117
Automobilový	403 765
Jiný	15 377
Celkem	678 273

Zdroj: vlastní zpracování na základě (Ministerstvo ekonomického rozvoje a obchodu Ukrajiny, 2016, s. 3)

Co se týká ukrajinských **průmyslových odvětví**, podle objemu tržeb dosažených v roce 2016 největší podíl zaujímá průmysl potravinářský, energetický, metalurgický, těžební, chemický (v širším pojetí, vč. farmaceutického a rafinérského průmyslu) a strojírenský (Ministerstvo ekonomického rozvoje a obchodu Ukrajiny, 2017). Údaje o struktuře hlavních průmyslových odvětví na Ukrajině za rok 2016 jsou patrné z Tab. 9.

**Tab. 9: Hlavní průmyslová odvětví na Ukrajině v roce 2016**

Průmysl	Podíl v %
Textilní	1 %
Těžební	13 %
Potravinářský	21,6 %
Zpracovatelský	64,4 %
- farmaceutický	1,4 %
- chemický (v úzkém pojetí)	3,2 %
- rafinérský	3,3 %
- dřevozpracující, papírenský a tiskárenský	3,4 %
- stavební	5,1 %
- strojírenský	6,6 %
- metalurgický	17,1 %
- energetický	21,5 %
- ostatní	2,8 %
Celkem	100,00 %

Zdroj: vlastní zpracování na základě (Ministerstvo ekonomického rozvoje a obchodu Ukrajiny, 2017, s. 1)

Co se týká **chemického průmyslu**, v roce 2017 byl v tomto odvětví zaznamenán pozitivní rozvoj. V chemické výrobě došlo k růstu objemu výroby o 17,4%, a to především díky obnově výroby ve čtyřech klíčových podnicích působících v tomto odvětví. Produkce plastových výrobků vzrostla o 6,6 %. Vzrostl také objem exportu těchto produktů, a to zejména organických chemických sloučenin a vzrostla i domácí poptávka. V roce 2017 byl zaznamenán růst objemu výroby základních chemických výrobků, hnojiv a dusíkatých sloučenin, plastů a syntetického kaučuku v primárních formách, nátěrových hmot, laků, tiskařských barev a tmelů či mýdel a detergentů, produktů pro čištění a leštění, parfumerie a kosmetické zboží. Blíže viz (Ministerstvo ekonomického rozvoje a obchodu Ukrajiny, 2017).

## 3.2 Cíle výzkumu, data a metodika

### 3.2.1 Hlavní a parciální cíle výzkumu

**Hlavním cílem** předložené studie je analyzovat a zhodnotit úroveň CSR web komunikování nefinančních podniků působících na Ukrajině, a to s akcentem na firmy chemického průmyslu, a navrhnout dílčí opatření vedoucí ke zlepšení stávajícího stavu. Uvedený hlavní cíl lze dekomponovat na následující **parciální cíle**:

1. Analyzovat a zhodnotit úroveň CSR web komunikování 100 nejvýznamnějších nefinančních podniků působících na Ukrajině.
2. Analyzovat a zhodnotit úroveň CSR web komunikování nejvýznamnějších chemických podniků působících na Ukrajině.
3. Komparovat úroveň CSR web komunikování 100 nejvýznamnějších nefinančních podniků a nejvýznamnějších chemických podniků působících na Ukrajině.
4. Komparovat úroveň CSR web komunikování chemických podniků působících na Ukrajině a chemických podniků působících v České republice.
5. Formulovat návrh dílčích opatření vedoucích ke zlepšení úrovně CSR web komunikování nefinančních, zejména chemických, podniků působících na Ukrajině.

### 3.2.2 Data a jejich sběr

S ohledem na výše definované cíle výzkumu budou předmětem analýzy dvě samostatné skupiny dat. Jejich sběr byl realizován od září 2017 do března 2018.

První výzkumný vzorek je tvořen **100 nejvýznamnějšími nefinančními podniky působícími na Ukrajině**. Za nejvýznamnější firmy jsou přitom považovány firmy, které dosáhly v daném roce nejvyššího objemu tržeb. Identifikovány byly na základě databáze TOP 200 ukrajinských firem za rok 2016. Blíže viz [www: https://biz.censor.net.ua](https://biz.censor.net.ua). Celková výše tržeb TOP 100 ukrajinských firem v roce 2016 přitom činila 1 644,99 mld. hřiven, z toho tržby chemických firem (v úzkém pojetí) činily 53,81 mld. hřiven, tj. cca 3,3 %.

Odvětvová struktura TOP 100 firem působících v roce 2016 na Ukrajině stanovená na základě počtu subjektů působících v daném odvětví je patrná z Tab. 10.

**Tab. 10: Odvětvová struktura TOP 100 firem působících na Ukrajině v roce 2016**

Odvětví	Počet firem
Zemědělství	22
Doprava	1
Energetika	42
Hutnictví	27
Chemický průmysl v úzkém pojetí	6
Stavebnictví	1
Strojírenský průmysl	1
<b>Celkem</b>	<b>100</b>

Zdroj: vlastní zpracování na základě (Biznes Cenzor, 2017)

Z hlediska vlastnické struktury tvoří daný vzorek 72 soukromých národních firem, 16 soukromých firem pod zahraniční kontrolou a 12 veřejných firem. Z hlediska velikosti tvoří daný vzorek 3 malé podniky do 50 zaměstnanců, 17 středních podniků do 250 zaměstnanců a 80 velkých podniků nad 250 zaměstnanců.

Druhý výzkumný vzorek je tvořen **50 nejvýznamnějšími chemickými podniky působícími na Ukrajině**. Identifikovány byly v databázi exportérů Ministerstva ekonomického rozvoje a obchodu Ukrajiny. Blíže viz [www: http://ukrexport.gov.ua](http://ukrexport.gov.ua).

Podrobná odvětvová struktura TOP 50 chemických firem působících v roce 2016 na Ukrajině je patrná z Tab. 11.

**Tab. 11: Odvětvová struktura TOP 50 chemických firem působících na Ukrajině v roce 2016**

Druh činnosti	Počet firem
chemický průmysl v úzkém pojetí	1
farmaceutický průmysl	2
gumárenský průmysl	8
rafinérské zpracování ropy	39
<b>Celkem</b>	<b>50</b>

Zdroj: vlastní zpracování na základě (Ministerstvo ekonomického rozvoje a obchodu Ukrajiny, 2017)

Z hlediska vlastnické struktury tvoří daný vzorek 47 soukromých národních firem, 2 soukromé firmy pod zahraniční kontrolou a 1 veřejná firma. Z hlediska velikosti tvoří daný vzorek 3 drobné podniky do 10 zaměstnanců, 14 malých podniků do 50 zaměstnanců, 8 středních podniků do 250 zaměstnanců a 25 velkých podniků nad 250 zaměstnanců.

Pro **komparaci úrovně CSR web komunikování chemických firem** na mezinárodní úrovni byla s ohledem na dostupnost relevantních dat a použití relevantní metodiky vybrána Česká republika, a to konkrétně data hodnotící úroveň **CSR komunikování 55 výrobních chemických firem Svazu chemického průmyslu ČR (SCHP ČR)**, blíže viz (Tetřevová, 2018, s. 122-127).

Z hlediska oborové struktury se jednalo o firmy chemického průmyslu v širším pojetí. Z hlediska velikosti podniků výzkum zahrnoval 1 drobný podnik do 10 zaměstnanců, 8



malých podniků do 50 zaměstnanců, 25 středních podniků do 250 zaměstnanců a 21 velkých podniků nad 250 zaměstnanců.

Z dané studie vyplývá, že všech 55 firem komunikuje na firemních webových stránkách alespoň jednu CSR aktivitu. 22 firem, tj. 40 % firem, má v navigaci stránek samostatnou záložku s názvem „Společenská odpovědnost“ či „Udržitelnost“. 3 firmy (tj. 5 %) na webových stránkách zpřístupňují CSR zprávu či zprávu s odpovídajícím obsahem. Téměř třetina firem (31 %) komunikuje na svých webových stránkách ocenění v některé z oblastí CSR. (Tetřevová, 2018, s. 123)

Co se týká *komunikování v oblasti ekonomické odpovědnosti*, je na nejvyšší úrovni ve srovnání s ostatními oblastmi CSR. Chemické firmy v této oblasti komunikují v průměru 6 z 10 aktivit. Nejvíce je komunikováno posilování vztahů se zákazníky (96 % firem) a péče o kvalitu a bezpečnost výrobků (95 % firem). Naopak nejméně komunikovanou aktivitou je uplatňování principů dobrého řízení, tuto aktivitu komunikuje pouze 31 % sledovaných firem. (Tetřevová, 2018, s. 124) Blíže viz Tab. 12.

**Tab. 12: Komunikování aktivit ekonomické odpovědnosti firem SCHP ČR**

Aktivity ekonomické odpovědnosti	Počet firem	%
1. Uplatnění principů dobrého řízení	17	31
2. Péče o kvalitu a bezpečnost výrobků	52	95
3. Tvorba a zavádění inovací produktů	39	71
4. Posilování vztahů se zákazníky	53	96
5. Posilování vztahů s vlastníky a investory	25	45
6. Posilování vztahů s dodavateli a odběrateli	21	38
7. Rozvíjení vztahů s institucemi a organizacemi veřejné správy	34	62
8. Partnerství s odbornými asociacemi a mezinárodními organizacemi	25	45
9. Partnerství s vysokými školami a dalšími vzdělávacími institucemi	28	51
10. Rozvíjení vztahů s veřejností	38	69

Zdroj: (Tetřevová, 2018, s. 124)

Výrazně menší rozsah komunikovaných aktivit byl zaznamenán *v oblasti sociální odpovědnosti*. Chemické firmy v této oblasti komunikují v průměru 3 z 11 aktivit. Nejčastěji přitom komunikují péči o vzdělávání a rozvoj zaměstnanců (75 % firem) a zajištění bezpečnosti a ochrany zdraví při práci (73 % firem). Pouze 2 firmy (4 % firem) uvádí na svých webových stránkách, že aplikují opatření proti mobbingu a obtěžování. (Tetřevová, 2018, s. 124-125) Blíže viz Tab. 13.

**Tab. 13: Komunikování aktivit sociální odpovědnosti firem SCHP ČR**

Aktivity sociální odpovědnosti	Počet firem	%
1. Zajištění bezpečnosti a ochrany zdraví při práci	40	73
2. Kvalitní pracovní prostředí	6	11
3. Péče o vzdělávání a rozvoj zaměstnanců	41	75
4. Aplikace opatření eliminujících jakékoli formy diskriminace v zaměstnání	10	18
5. Zajištění svobody sdružování v odborech a práva na kolektivní vyjednávání	10	18
6. Realizace kvalitního procesu získávání zaměstnanců a ukončování pracovního poměru	9	16
7. Zapojování zaměstnanců do procesu rozhodování	12	22
8. Péče o zaměstnance, v tom:	28	51
a) Poskytování zaměstnaneckých benefitů	26	47
b) Společenské akce pro zaměstnance	11	20
c) Péče o bývalé zaměstnance	7	13
d) Zajištění jistoty zaměstnání	1	2
9. Zajištění vyváženosti pracovního a osobního života zaměstnanců	9	16
10. Boj proti mobbingu a obtěžování	2	4
11. Zajištění zdravé firemní kultury	19	35

Zdroj: (Tetřevová, 2018, s. 124)

Úroveň *komunikování v oblasti environmentální odpovědnosti* lze považovat za relativně dobrou ve srovnání s ostatními oblastmi CSR. Chemické firmy v této oblasti komunikují v průměru 5 z 8 aktivit. Nejvíce komunikovanou aktivitou je přitom prevence a náprava negativních dopadů činností na životní prostředí a komunitu, kterou komunikuje 95 % sledovaných firem, a dále pak zajištění soulady s environmentální legislativou a minimalizace odpadů a podpora recyklace, které komunikuje 75 % firem. Aktivitou, která je v této oblasti komunikována nejméně, je podpora zachování zdrojů a přírodní diverzity; tuto aktivitu prezentuje na svých webových stránkách pouze 35 % sledovaných firem. (Tetřevová, 2018, s. 125) Blíže viz Tab. 14.

**Tab. 14: Komunikování aktivit environmentální odpovědnosti firem SCHP ČR**

Aktivity environmentální odpovědnosti	Počet firem	%
1. Zajištění souladu s environmentální legislativou	41	75
2. Úspora energií a ostatních zdrojů	37	67
3. Minimalizace odpadů a podpora recyklace	41	75
4. Bezpečné zacházení s rizikovými látkami	22	40
5. Podpora investic do čistých technologií	27	49
6. Podpora zachování zdrojů a přírodní diverzity	19	35
7. Prevence a náprava negativních dopadů činností na životní prostředí a komunitu	52	95
8. Podněcování iniciativ propagující odpovědný přístup k životnímu prostředí, v tom:	37	67
a) Podněcování environmentálních aktivit dodavatelů	19	35
b) Podněcování environmentálních aktivit zaměstnanců	20	36
c) Environmentální reporting	24	44

Zdroj: (Tetřevová, 2018, s. 125)

Úroveň *komunikování v oblasti etické odpovědnosti* lze považovat za nejnižší. 37 sledovaných podniků, tj. 67 %, neprezentuje žádnou z 8 etických aktivit. Nejčastěji komunikovanou aktivitou je instalace etického kodexu podniku, kterou na svých webových stránkách prezentuje 31 % firem. Žádná firma pak nekomunikuje realizaci etického reportingu, uplatnění etických vzorů či vytvoření úřadu firemního ombudsmana pro záležitosti etiky. (Tetřevová, 2018, s. 126) Blíže viz Tab. 15.

**Tab. 15: Komunikování aktivit etické odpovědnosti firem SCHP ČR**

Aktivity etické odpovědnosti	Počet firem	%
1. Instalace etického kodexu podniku	17	31
2. Vzdělávání a výcvik zaměstnanců k etickému jednání	1	2
3. Etický reporting	0	0
4. Realizace etického auditu	1	2
5. Uplatnění etických vzorů	0	0
6. Vytvoření úřadu firemního ombudsmana	0	0
7. Působení etického výboru	1	2
8. Provozování linky hlášení neetického jednání	8	15

Zdroj: (Tetřevová, 2018, s. 125)

Také úroveň *komunikování v oblasti filantropické odpovědnosti* lze považovat za velmi nízkou. Realizaci všech 5 aktivit prezentuje pouze 1 podnik. 31 sledovaných chemických firem, tj. 56 % firem, nekomunikuje ani jednu filantropickou aktivitu. Nejčastěji komunikovanou aktivitou je přitom firemní dárcovství, včetně sponzoringu; tuto aktivitu

komunikuje na svých webových stránkách 40 % sledovaných firem. Druhou nejčastěji komunikovanou aktivitou je spolupráce s neziskovými organizacemi, kterou komunikuje 35 % firem. Naopak nejméně je komunikována podpora dárcovských aktivit zaměstnanců a podpora individuálního dobrovolnictví zaměstnanců, tyto aktivity komunikují jen 4 % firem. (Tetřevová, 2018, s. 126) Blíže viz Tab. 16.

**Tab. 16: Komunikování aktivit filantropické odpovědnosti firem SCHP ČR**

Aktivity filantropické odpovědnosti	Počet firem	%
1. Realizace dárcovských aktivit, vč. firemního sponzoringu	22	40
2. Podpora dárcovských aktivit zaměstnanců	2	4
3. Firemní dobrovolnictví	5	9
4. Podpora individuálního dobrovolnictví zaměstnanců	2	4
5. Spolupráce s neziskovými organizacemi	19	35

Zdroj: (Tetřevová, 2018, s. 126)

### 3.2.3 Aplikované metody vědecké práce

Předložená studie je založena na **smíšeném typu výzkumu**, který *kombinuje přednosti kvantitativního a kvalitativního typu výzkumu*. Ten umožňuje poznání a pochopení konkrétní situace v reálných podmínkách a současně umožňuje provést zhodnocení a formulovat návrh doporučení (Armstrong, 2015, s. 647-649).

Konkrétně byla použita **obsahová analýza webových stránek** sledovaných firem. Podle Dvořákové (2010, s. 98) představuje obsahová analýza jednoduchou, adaptabilní a systematickou metodu, kterou lze použít na prakticky jakýkoli soubor dat. Výhodou této metody je její objektivnost, spojena je i s určitými technickými přednostmi (Vysekalová a kol., 2014, s. 135). Jde o metodu, která je nezávislá na přítomnosti jiných osob, nedochází při její aplikaci k interakci mezi výzkumníkem a zkoumaným subjektem. Z hlediska technického je nezávislá na prostoru a čase, stejně jako i na sledovaných jedincích.

S využitím **binární (nominální) stupnice**, založené na operaci shody vymezené binárním logickým kódem „1“, či „0“ (Ochrana, 2002, s. 89), byly identifikovány jednotlivé komunikované CSR aktivity, a to v souladu s **Metodikou komunikování ekonomických, sociálních, environmentálních, etických a filantropických aktivit** vytvořenou Tetřevovou (2017, 2018). Její podstata byla vysvětlena v kap. 2.3.4.

Získaná data byla následně zpracována s využitím tabulkového procesoru MS Excel a statistického softwaru IBM SPSS Statistics, verze 23.0. Aplikovány byly zejména postupy deskriptivní a inferenční statistiky.

V rámci formulace závěrů byly využity obecné metody vědecké práce, a to zejména kritická analýza, syntéza, komparace a dedukce. Tyto metody Sedláková (2014, s. 23-26) charakterizuje následovně. **Kritická analýza** je založena na rozčlenění celků na jednotlivé prvky a zkoumání jejich vzájemných vztahů. **Syntéza** spočívá v propojování dvou či více prvků do jednoho celku. Na základě shrnutí dílčích poznatků a jejich zobecňování vede k formulaci závěrů. Podstatou **komparace** je vyhledání rozdílných nebo společných a shodných vlastností zkoumaných objektů. **Dedukce** vychází z obecných tvrzení, která vztahuje na konkrétní případy. Současně poskytuje přehled, do jaké míry jsou data v souladu s teorií.

### **3.3 CSR web komunikování 100 nejvýznamnějších nefinančních podniků působících na Ukrajině**

Z provedené obsahové analýzy webových stránek TOP 100 nefinančních firem působících na Ukrajině vyplývá, že 6 firem nekomunikuje na svých webových stránkách ani jednu CSR aktivitu. 44 % firem pak na svých webových stránkách zpřístupňuje **CSR zprávu** či zprávu s analogickým obsahem. 62 % firem zpřístupňuje **výroční zprávu s informacemi o vyvíjených CSR aktivitách**. **Komunikování na sociálních sítích** prezentuje na svých webových stránkách 64 % těchto firem, 49 % z nich na mezinárodních sociálních sítích (např. 60 % na Facebooku, 41 % na Twitteru, 2 % na LinkedInu, 29 % na YouTube, 21 % na Google+ a 33 % na Instagramu), 15 % na národní sociální síti „Vkontakte“.

Co se týká úrovně komunikování CSR aktivit 100 nejvýznamnějších nefinančních firem působících na Ukrajině v oblasti ekonomické, sociální, environmentální, etické a filantropické odpovědnosti, je patrná z následujícího textu.

Úroveň **komunikování CSR aktivit TOP 100** nefinančních firem působících na Ukrajině **v oblasti ekonomické odpovědnosti** je patrná z Tab. 17.

Z Tab. 17 je patrné, že nejvíce komunikovanou aktivitou v oblasti ekonomické odpovědnosti je posilování vztahů se zákazníky; tuto aktivitu prezentuje na svých webových stránkách 92 % sledovaných firem. Druhou nejvíce komunikovanou aktivitou je partnerství s odbornými asociacemi a mezinárodními organizacemi, kterou komunikuje 71 % firem.

Naopak nejméně komunikovanou aktivitou je partnerství s vysokými školami a dalšími vzdělávacími institucemi (40 % firem) a tvorba a zavádění inovací (46 % firem).

V průměru prezentují TOP 100 ukrajinské firmy v oblasti ekonomické odpovědnosti 6 z 10 sledovaných aktivit; minimálně žádnou aktivitu, maximálně 10 aktivit. Minimálně polovina firem komunikuje 7 ekonomických aktivit. Úroveň komunikování v oblasti ekonomické odpovědnosti tak lze považovat za vůbec nejvyšší ve srovnání s ostatními oblastmi CSR.

**Tab. 17: Komunikování aktivit ekonomické odpovědnosti TOP 100 nefinančními firmami působícími na Ukrajině**

Aktivity ekonomické odpovědnosti	Počet firem	% firem
1. Uplatnění principů dobrého řízení	61	61 %
2. Péče o kvalitu a bezpečnost výrobků	60	60 %
3. Tvorba a zavádění inovací produktů	46	46 %
4. Posilování vztahů se zákazníky	92	92 %
5. Posilování vztahů s vlastníky a investory	67	67 %
6. Posilování vztahů s dodavateli a odběrateli	58	58 %
7. Rozvíjení vztahů s institucemi a organizacemi veřejné správy	61	61 %
8. Partnerství s odbornými asociacemi a mezinárodními organizacemi	71	71 %
9. Partnerství s vysokými školami a dalšími vzdělávacími institucemi	40	40 %
10. Rozvíjení vztahů s veřejností	69	69 %

Zdroj: vlastní zpracování

Úroveň *komunikování CSR aktivit TOP 100* nefinančních firem působících na Ukrajině v *oblasti sociální odpovědnosti* je patrná z Tab. 18.

Z Tab. 18 je patrné, že nejvíce komunikovanou aktivitou v oblasti sociální odpovědnosti je z pohledu sledovaných firem zajištění bezpečnosti a ochrany zdraví při práci. Tuto aktivitu komunikuje 78 % firem. Druhou nejvíce komunikovanou aktivitou je péče o vzdělávání a rozvoj zaměstnanců, kterou komunikuje na svých webových stránkách 74 % firem. Naopak nejméně komunikovanými CSR aktivitami je boj proti mobbingu a obtěžování (20 % firem) a zajištění vyváženosti pracovního a osobního života zaměstnanců (23 % firem).

Z provedeného šetření dále vyplývá, že 19 TOP nefinančních podniků sídlících na Ukrajině neprezentuje na svých webových stránkách ani jednu CSR aktivitu náležející do oblasti sociální odpovědnosti. Maximálně je prezentováno 11 aktivit. V průměru sledované firmy v této oblasti prezentují 5 z 11 aktivit. Minimálně polovina firem komunikuje 6

sociálních aktivit. Souhrnně lze konstatovat, že v této oblasti je úroveň komunikování relativně nízká.

**Tab. 18: Komunikování aktivit sociální odpovědnosti TOP 100 nefinančními firmami působícími na Ukrajině**

Aktivity sociální odpovědnosti	Počet firem	% firem
1. Zajištění bezpečnosti a ochrany zdraví při práci	78	78 %
2. Kvalitní pracovní prostředí	61	61 %
3. Péče o vzdělávání a rozvoj zaměstnanců	74	74 %
4. Aplikace opatření eliminujících jakékoli formy diskriminace v zaměstnání	35	35 %
5. Zajištění svobody sdružování v odborech a práva na kolektivní vyjednávání	34	34 %
6. Realizace kvalitního procesu získávání zaměstnanců a ukončování pracovního poměru	37	37 %
7. Zapojování zaměstnanců do procesu rozhodování	50	50 %
8. Péče o zaměstnance, v tom:	67	67 %
a) Poskytování zaměstnaneckých benefitů	65	65 %
b) Společenské akce pro zaměstnance	43	43 %
c) Péče o bývalé zaměstnance	28	28 %
d) Zajištění jistoty zaměstnání	40	40 %
9. Zajištění vyváženosti pracovního a osobního života zaměstnanců	23	23 %
10. Boj proti mobbingu a obtěžování	20	20 %
11. Zajištění zdravé firemní kultury	47	47 %

Zdroj: vlastní zpracování

Úroveň *komunikování CSR aktivit TOP 100* nefinančních firem působících na Ukrajině v *oblasti environmentální odpovědnosti* je patrná z Tab. 19.

Z Tab. 19 je patrné, že nejvíce komunikovanými aktivitami jsou v oblasti environmentální odpovědnosti minimalizace odpadů a podpora recyklace, kterou komunikuje 69 % firem a dále pak prevence a náprava negativních dopadů činnosti na životní prostředí a komunitu, kterou na svých webových stránkách prezentuje 66 % sledovaných firem. Nejméně komunikovanými aktivitami v této oblasti jsou podpora investic do čistých technologií, komunikovaná 23 % firem a podněcování iniciativ propagující odpovědný přístup k životnímu prostředí, komunikované 30 % firem.

V průměru sledované firmy prezentují na svých webových stránkách 3 aktivity environmentální odpovědnosti, minimálně žádnou, maximálně 7 aktivit. Minimálně polovina firem pak komunikuje 4 z 8 základních environmentálních aktivit. I v této oblasti tak lze úroveň CSR web komunikování hodnotit jako relativně nízkou.

**Tab. 19: Komunikování aktivit environmentální odpovědnosti TOP 100 nefinančními firmami působícími na Ukrajině**

Aktivity environmentální odpovědnosti	Počet firem	% firem
1. Zajištění souladu s environmentální legislativou	63	63 %
2. Úspora energií a ostatních zdrojů	60	60 %
3. Minimalizace odpadů a podpora recyklace	69	69 %
4. Podpora investic do čistých technologií	23	23 %
5. Podpora zachování zdrojů a přírodní diverzity	34	34 %
6. Prevence a náprava negativních dopadů činností na životní prostředí a komunitu	66	66 %
7. Podněcování iniciativ propagující odpovědný přístup k životnímu prostředí, v tom:	30	30 %
a) Podněcování environmentálních aktivit dodavatelů	7	7 %
b) Podněcování environmentálních aktivit zaměstnanců	24	24 %
c) Environmentální reporting	22	22 %

Zdroj: vlastní zpracování

Úroveň *komunikování CSR aktivit TOP 100* nefinančních firem působících na Ukrajině *v oblasti etické odpovědnosti* je patrná z Tab. 20.

**Tab. 20: Komunikování aktivit etické odpovědnosti TOP 100 nefinančními firmami působícími na Ukrajině**

Aktivity etické odpovědnosti	Počet firem	% firem
1. Instalace etického kodexu podniku	60	60 %
2. Vzdělávání a výcvik zaměstnanců k etickému jednání	20	20 %
3. Etický reporting	23	23 %
4. Realizace etického auditu	1	1 %
5. Uplatnění etických vzorů	0	0 %
6. Vytvoření úřadu firemního ombudsmana	1	1 %
7. Působení etického výboru	16	16 %
8. Provozování linky hlášení neetického jednání	60	60 %

Zdroj: vlastní zpracování

Z Tab. 20 vyplývá, že nejvíce komunikovanými aktivitami etické odpovědnosti je instalace etického kodexu podniku a dále pak provozování linky hlášení neetického jednání, které komunikuje 60 % firem. Skutečností je, že 40 % sledovaných firem neprezentuje na svých webových stránkách ani jednu aktivitu etické odpovědnosti. Aktivitu v podobě uplatnění etických vzorů neprezentuje ani jedna ze sledovaných firem.

V průměru sledované firmy prezentují 1 aktivitu, maximálně 4 aktivity. Minimálně polovina firem pak komunikuje 1 z 8 etických aktivit. Z uvedeného vyplývá, že úroveň CSR



web komunikování TOP 100 firem působících na Ukrajině v oblasti etické odpovědnosti lze považovat za vůbec nejnižší.

Úroveň *komunikování CSR aktivit TOP 100* nefinančních firem působících na Ukrajině v *oblasti filantropické odpovědnosti* je patrná z Tab. 21.

**Tab. 21: Komunikování aktivit filantropické odpovědnosti TOP 100 nefinančními firmami působícími na Ukrajině**

Aktivity filantropické odpovědnosti	Počet firem	% firem
1. Realizace dárcovských aktivit, vč. firemního sponzoringu	74	74 %
2. Podpora dárcovských aktivit zaměstnanců	12	12 %
3. Firemní dobrovolnictví	25	25 %
4. Podpora individuálního dobrovolnictví zaměstnanců	15	15 %
5. Spolupráce s neziskovými organizacemi	27	27 %

Zdroj: vlastní zpracování

Z Tab. 21 je patrné, že nejčastěji komunikovanou aktivitou v této oblasti je realizace dárcovských aktivit, vč. firemního sponzoringu, kterou prezentuje na svých webových stránkách 74 % firem. Z hlediska zaměření jsou prezentovány zejména dárcovské aktivity na podporu místní komunity, kultury a sportu.

V průměru sledované firmy prezentují 2 aktivity, minimálně žádnou, maximálně 5 aktivit. Minimálně polovina firem pak komunikuje 1 z 5 filantropických aktivit. Z uvedeného je patrné, že ani úroveň komunikování filantropických aktivit není v případě sledovaných firem příliš vysoká, je však vyšší než úroveň CSR komunikování v oblasti etické odpovědnosti.

### **3.4 CSR web komunikování nejvýznamnějších chemických podniků působících na Ukrajině**

Z obsahové analýzy webových stránek 50 nejvýznamnějších chemických firem působících na Ukrajině vyplývá, že 4 z těchto firem na svých webových stránkách neprezentují žádné informace o vyvíjených CSR aktivitách. Zveřejňují pouze kontakty v podobě adresy, telefonního čísla a e-mailové adresy. Ani jedna ze sledovaných chemických firem nezveřejňuje na svých webových stránkách *CSR zprávu* či zprávu s analogickým obsahem. 42 % firem však zpřístupňuje *výroční zprávu s informacemi o vyvíjených CSR aktivitách*. *Komunikování na sociálních sítích* prezentuje na svých webových stránkách

34 % těchto firem, 22 % z nich na mezinárodních sociálních sítích (26 % na Facebooku, 12 % na Twitteru, 16 % na YouTube, 6 % na Google+ a 6 % na Instagramu), 12 % na národní sociální síti „Vkontakte“.

Na základě provedené obsahové analýzy webových stránek TOP 50 chemických firem působících na Ukrajině byla analyzována a zhodnocena úroveň komunikování CSR aktivit v oblasti ekonomické, sociální, environmentální, etická a filantropická odpovědnosti.

**Úroveň CSR komunikování TOP 50 chemických firem** působících na Ukrajině v oblasti ekonomické odpovědnosti je patrná z Tab. 22.

**Tab. 22: Komunikování aktivit ekonomické odpovědnosti TOP 50 chemickými firmami působícími na Ukrajině**

Aktivity ekonomické odpovědnosti	Počet firem	% firem
1. Uplatnění principů dobrého řízení	18	36 %
2. Péče o kvalitu a bezpečnost výrobků	25	50 %
3. Tvorba a zavádění inovací produktů	26	52 %
4. Posilování vztahů se zákazníky	46	92 %
5. Posilování vztahů s vlastníky a investory	19	38 %
6. Posilování vztahů s dodavateli a odběrateli	28	56 %
7. Rozvíjení vztahů s institucemi a organizacemi veřejné správy	21	42 %
8. Partnerství s odbornými asociacemi a mezinárodními organizacemi	30	60 %
9. Partnerství s vysokými školami a dalšími vzdělávacími institucemi	10	20 %
10. Rozvíjení vztahů s veřejností	26	52 %

Zdroj: vlastní zpracování

Z Tab. 22 je patrné, že nejvíce komunikovanou aktivitou v oblasti ekonomické odpovědnosti je posilování vztahů se zákazníky; tuto aktivitu prezentuje na svých webových stránkách 92 % sledovaných chemických firem. Druhou nejvíce komunikovanou aktivitou je partnerství s odbornými asociacemi a mezinárodními organizacemi, kterou komunikuje 60 % firem. Naopak nejméně komunikovanou aktivitou je partnerství s vysokými školami a dalšími vzdělávacími institucemi (20 % firem), uplatnění principů dobrého řízení (36 % firem) a posilování vztahů s vlastníky a investory (38 % firem).

V průměru prezentují sledované chemické firmy 5 z 10 aktivit ekonomické odpovědnosti, minimálně žádnou aktivitu, maximálně 10 aktivit. Minimálně polovina firem pak komunikuje 5 aktivit ekonomické odpovědnosti. Úroveň CSR komunikování v této oblasti tak lze hodnotit jako relativně dobrou.

*Úroveň CSR komunikování TOP 50 chemických firem* působících na Ukrajině v oblasti sociální odpovědnosti je patrná z Tab. 23.

**Tab. 23: Komunikování aktivit sociální odpovědnosti TOP 50 chemickými firmami působícími na Ukrajině**

Aktivity sociální odpovědnosti	Počet firem	% firem
1. Zajištění bezpečnosti a ochrany zdraví při práci	33	66 %
2. Kvalitní pracovní prostředí	23	46 %
3. Péče o vzdělávání a rozvoj zaměstnanců	25	50 %
4. Aplikace opatření eliminujících jakékoli formy diskriminace v zaměstnání	5	10 %
5. Zajištění svobody sdružování v odborech a práva na kolektivní vyjednávání	6	12 %
6. Realizace kvalitního procesu získávání zaměstnanců a ukončování pracovního poměru	14	28 %
7. Zapojování zaměstnanců do procesu rozhodování	15	30 %
8. Péče o zaměstnance, v tom:	17	34 %
a) Poskytování zaměstnaneckých benefitů	13	26 %
b) Společenské akce pro zaměstnance	3	6 %
c) Péče o bývalé zaměstnance	8	16 %
d) Zajištění jistoty zaměstnání	12	24 %
9. Zajištění vyváženosti pracovního a osobního života zaměstnanců	8	16 %
10. Boj proti mobbingu a obtěžování	0	0 %
11. Zajištění zdravé firemní kultury	14	28 %

Zdroj: vlastní zpracování

Z Tab. 23 je patrné, že úroveň CSR komunikování v sociální oblasti je velmi nízká. Většinu CSR aktivit (9 z 11 aktivit) v této oblasti nekomunikuje více než polovina firem. Nejvíce komunikovanou aktivitou v sociální oblasti je z pohledu sledovaných chemických firem působících na Ukrajině zajištění bezpečnosti a ochrany zdraví při práci. Tuto aktivitu komunikuje 66 % firem. Druhou nejvíce komunikovanou aktivitou je péče o vzdělávání a rozvoj zaměstnanců. Tuto aktivitu komunikuje 50 % firem. Nejméně komunikovanou aktivitou je boj proti mobbingu a obtěžování, kterou nekomunikuje ani jedna ze sledovaných firem.

V průměru v oblasti sociální odpovědnosti firmy prezentují pouze 3 z 11 aktivit. Minimálně je prezentováno 0 aktivit, maximálně 10 aktivit. 2 aktivity sociální odpovědnosti pak komunikuje minimálně polovina firem.

*Úroveň CSR komunikování TOP 50 chemických firem* působících na Ukrajině v oblasti environmentální odpovědnosti je patrná z Tab. 24.

**Tab. 24: Komunikování aktivit environmentální odpovědnosti TOP 50 chemickými firmami působícími na Ukrajině**

Aktivity environmentální odpovědnosti	Počet firem	% firem
1. Zajištění souladu s environmentální legislativou	25	50 %
2. Úspora energií a ostatních zdrojů	24	48 %
3. Minimalizace odpadů a podpora recyklace	26	52 %
4. Bezpečné zacházení s rizikovými látkami	30	60 %
5. Podpora investic do čistých technologií	14	28 %
6. Podpora zachování zdrojů a přírodní diverzity	18	36 %
7. Prevence a náprava negativních dopadů činností na životní prostředí a komunitu	30	60 %
8. Podněcování iniciativ propagující odpovědný přístup k životnímu prostředí, v tom:	10	20 %
a) Podněcování environmentálních aktivit dodavatelů	4	8 %
b) Podněcování environmentálních aktivit zaměstnanců	1	2 %
c) Environmentální reporting	5	10 %

Zdroj: vlastní zpracování

Z Tab. 24 je patrné, že úroveň komunikování sledovaných chemických firem působících na Ukrajině v oblasti environmentální odpovědnosti je ve srovnání s ostatními oblastmi relativně dobrá. Nejvíce komunikovanou aktivitou je bezpečné zacházení s rizikovými látkami a prevence a náprava negativních dopadů činností na životní prostředí a komunitu. Tyto dvě aktivity prezentuje na svých webových stránkách 60 % sledovaných chemických firem. Naopak nejméně komunikovanou základní environmentální aktivitou je podněcování iniciativ propagující odpovědný přístup k životnímu prostředí (20 % firem), v rámci něho pak podněcování environmentálních aktivit zaměstnanců, které prezentuje pouze jedna firma. V omezeném rozsahu je také komunikována podpora investic do čistých technologií, tuto aktivitu komunikuje pouze 28 % sledovaných firem.

V průměru sledované firmy prezentují 4 z 8 základních environmentálních aktivit. Minimálně je prezentováno 0 aktivit, maximálně 8 aktivit. 4 základní aktivity komunikuje minimálně polovina firem.

*Úroveň CSR komunikování TOP 50 chemických firem* působících na Ukrajině v oblasti etické odpovědnosti je patrná z Tab. 25.

**Tab. 25: Komunikování aktivit etické odpovědnosti TOP 50 chemickými firmami působícími na Ukrajině**

Aktivity etické odpovědnosti	Počet firem	% firem
1. Instalace etického kodexu podniku	20	40 %
2. Vzdělávání a výcvik zaměstnanců k etickému jednání	4	8 %
3. Etický reporting	2	4 %
4. Realizace etického auditu	0	0 %
5. Uplatnění etických vzorů	1	2 %
6. Vytvoření úřadu firemního ombudsmana	0	0 %
7. Působení etického výboru	0	0 %
8. Provozování linky hlášení neetického jednání	1	2 %

Zdroj: vlastní zpracování

Z Tab. 25 vyplývá, že úroveň CSR web komunikování chemických firem působících na Ukrajině v oblasti etické odpovědnosti lze považovat za vůbec nejnižší. Tři ze sledovaných osmi aktivit (realizace etického auditu, vytvoření úřadu firemního ombudsmana a působení etického výboru) neprezentuje ani jedna ze sledovaných firem. Nejvíce komunikovanou aktivitou v této oblasti je instalace etického kodexu podniku, kterou ale komunikuje méně než polovina firem.

V průměru sledované firmy prezentují 1 z 8 aktivit. Minimálně je prezentováno 0 aktivit, maximálně 4 aktivity. Minimálně polovina firem nekomunikuje ani jednu aktivitu etické odpovědnosti.

**Úroveň CSR komunikování TOP 50 chemických firem** působících na Ukrajině **v oblasti filantropické odpovědnosti** je patrná z Tab. 26.

**Tab. 26: Komunikování aktivit filantropické odpovědnosti TOP 50 chemickými firmami působícími na Ukrajině**

Aktivity filantropické odpovědnosti	Počet firem	% firem
1. Realizace dárcovských aktivit, vč. firemního sponzoringu	13	26 %
2. Podpora dárcovských aktivit zaměstnanců	3	6 %
3. Firemní dobrovolnictví	10	20 %
4. Podpora individuálního dobrovolnictví zaměstnanců	4	8 %
5. Spolupráce s neziskovými organizacemi	11	22 %

Zdroj: vlastní zpracování

Z Tab. 26 je patrné, že ani úroveň komunikování filantropických aktivit není v případě sledovaných chemických firem příliš vysoká. Nejčastěji prezentovanou aktivitou v této oblasti je realizace dárcovských aktivit, vč. firemního sponzoringu, kterou prezentuje na svých

webových stránkách 26 % firem. Na druhém místě je spolupráce s neziskovými organizacemi, kterou prezentuje 22 % firem. Z hlediska zaměření jsou prezentovány zejména dárcovské aktivity na podporu místní komunity, podporu vzdělávání, kultury a sportu, výzkum, pomoc dětem a zraněným obráncům během Antiteroristické operace „ATO“.

V průměru sledované chemické firmy prezentují 1 z 5 filantropických aktivit. Minimum v této oblasti činí 0 aktivit, maximum 5 aktivit. Také v této oblasti minimálně polovina firem nekomunikuje ani jednu CSR aktivitu.

### **3.5 Komparace úrovně CSR web komunikování 100 nejvýznamnějších nefinančních podniků a 50 nejvýznamnějších chemických podniků působících na Ukrajině**

94 % TOP 100 nefinančních firem sídlících na Ukrajině prezentuje *na svých webových stránkách informace* alespoň o jedné *vyvíjené CSR aktivitě*. V případě TOP 50 chemických firem se jedná pouze o 92 % těchto firem.

44 % TOP 100 nefinančních firem sídlících na Ukrajině na svých webových stránkách zpřístupňuje *CSR zprávu* či zprávu s analogickým obsahem. Co se týká TOP 50 chemických firem sídlících na Ukrajině, nezpřístupňuje tuto zprávu na svých webových stránkách ani jedna firma.

Znatelný rozdíl mezi úrovní komunikování CSR aktivit je i z pohledu prezentovaných *výročních zpráv obsahujících informace o vyvíjených CSR aktivitách*. 62 % TOP 100 nefinančních firem sídlících na Ukrajině zpřístupňuje na svých webových stránkách tyto zprávy, v případě TOP 50 chemických firem je to pouze 42 % těchto firem.

Patrný je rovněž rozdíl v *komunikování na sociálních sítích*, kdy opět většího rozsahu komunikování dosahují TOP 100 nefinanční firmy působící na Ukrajině ve srovnání s TOP 50 chemickými firmami. Komunikování na sociálních sítích prezentuje na svých webových stránkách 64 % TOP 100 nefinančních firem sídlících na Ukrajině, 49 % z nich přitom na mezinárodních sociálních sítích (60 % na Facebooku, 41 % na Twitteru, 33 % na Instagramu, 29 % na YouTube, 21 % na Google+ a 2 % na LinkedInu) a 15 % na národní sociální síti „Vkontakte“. V případě TOP 50 chemických firem prezentuje na svých webových stránkách komunikování na sociálních sítích pouze 34 % těchto firem, 22 % z nich na mezinárodních

sociálních sítích (26 % na Facebooku, 16 % na YouTube, 12 % na Twitteru, 6 % na Google+, 6 % na Instagramu a 0 % na LinkedInu) a 12 % na národní sociální síti „Vkontakte“.

Co se týká rozdílů v **komunikování** společensky odpovědných **aktivit** v jednotlivých oblastech CSR, komparace z hlediska oblasti **ekonomické odpovědnosti** je patrná z Tab. 27.

**Tab. 27: Komparace komunikování aktivit ekonomické odpovědnosti TOP 100 a TOP 50 chemických firem působících na Ukrajině**

Aktivity ekonomické odpovědnosti	TOP 100 (% firem)	TOP 50 (% firem)	Rozdíl
1. Uplatnění principů dobrého řízení	61 %	36 %	25 %
2. Péče o kvalitu a bezpečnost výrobků	60 %	50 %	10 %
3. Tvorba a zavádění inovací produktů	46 %	52 %	-6 %
4. Posilování vztahů se zákazníky	92 %	92 %	0 %
5. Posilování vztahů s vlastníky a investory	67 %	38 %	29 %
6. Posilování vztahů s dodavateli a odběrateli	58 %	56 %	2 %
7. Rozvíjení vztahů s institucemi a organizacemi veřejné správy	61 %	42 %	19 %
8. Partnerství s odbornými asociacemi a mezinárodními organizacemi	71 %	60 %	11 %
9. Partnerství s vysokými školami a dalšími vzdělávacími institucemi	40 %	20 %	20 %
10. Rozvíjení vztahů s veřejností	69 %	52 %	17 %

Zdroj: vlastní zpracování

Z Tab. 27 je patrné, že jak TOP 100 firmy sídlící na Ukrajině, tak TOP 50 chemické firmy sídlící na Ukrajině nejvíce komunikují aktivitu ekonomické odpovědnosti v podobě posilování vztahů se zákazníky. Tuto aktivitu komunikuje v obou případech 92 % firem. Z výsledků dále vyplývá, že až na jedinou výjimku, kterou je komunikování tvorby a zavádění inovací produktů, komunikují TOP 100 nefinanční firmy vyvíjené CSR aktivity v oblasti ekonomické odpovědnosti ve větším rozsahu než TOP 50 chemické firmy sídlící na Ukrajině. Největší rozdíl je přitom patrný u aktivit „posilování vztahů s vlastníky a investory“ a „uplatnění principů dobrého řízení“.

Co se týká rozdílů v **komunikování** společensky odpovědných **aktivit** v oblasti **sociální odpovědnosti**, jsou patrné z Tab. 28.

Z Tab. 28 je patrné, že všechny sledované aktivity sociální odpovědnosti jsou ve větším rozsahu komunikovány TOP 100 nefinančními firmami. Největší rozdíl je přitom patrný u aktivity v podobě péče o zaměstnance a v rámci ní u dílčích aktivit v podobě poskytování

zaměstnaneckých benefitů a společenských akcí pro zaměstnance. Nejmenší rozdíl je naopak patrný u aktivit v podobě „zajištění vyváženosti pracovního a osobního života zaměstnanců“ a „realizace kvalitního procesu získávání zaměstnanců a ukončování pracovního poměru“.

**Tab. 28: Komparace komunikování aktivit sociální odpovědnosti TOP 100 a TOP 50 chemických firem působících na Ukrajině**

Aktivity sociální odpovědnosti	TOP 100 (% firem)	TOP 50 (% firem)	Rozdíl
1. Zajištění bezpečnosti a ochrany zdraví při práci	78 %	66 %	12 %
2. Kvalitní pracovní prostředí	61 %	46 %	15 %
3. Péče o vzdělávání a rozvoj zaměstnanců	74 %	50 %	24 %
4. Aplikace opatření eliminujících jakékoli formy diskriminace v zaměstnání	35 %	10 %	25 %
5. Zajištění svobody sdružování v odborech a práva na kolektivní vyjednávání	34 %	12 %	22 %
6. Realizace kvalitního procesu získávání zaměstnanců a ukončování pracovního poměru	37 %	28 %	9 %
7. Zapojování zaměstnanců do procesu rozhodování	50 %	30 %	20 %
8. Péče o zaměstnance, v tom:	67 %	34 %	33 %
a) Poskytování zaměstnaneckých benefitů	65 %	26 %	39 %
b) Společenské akce pro zaměstnance	43 %	6 %	37 %
c) Péče o bývalé zaměstnance	28 %	16 %	12 %
d) Zajištění jistoty zaměstnání	40 %	24 %	16 %
9. Zajištění vyváženosti pracovního a osobního života zaměstnanců	23 %	16 %	7 %
10. Boj proti mobbingu a obtěžování	20 %	0 %	20 %
11. Zajištění zdravé firemní kultury	47 %	28 %	19 %

Zdroj: vlastní zpracování

Co se týká rozdílů v **komunikování** společensky odpovědných **aktivit** v oblasti **environmentální odpovědnosti**, jsou patrné z Tab. 29.

Z Tab. 29 vyplývá, že v oblasti environmentální odpovědnosti jsou patrné nejmenší rozdíly mezi rozsahem komunikovaných aktivit TOP 100 nefinančními firmami sídlícími na Ukrajině a TOP 50 chemickými firmami sídlícími v této zemi. Lze se domnívat, že se jedná o důsledek společenské citlivosti chemických firem, která se projevuje právě v oblasti environmentální. V případě dvou základních aktivit (podpora investic do čistých technologií a podpora zachování zdrojů a přírodní diverzity) a jedné dílčí aktivity (podněcování environmentálních aktivit dodavatelů) dokonce chemické firmy dané aktivity komunikují ve větším rozsahu. V případě dalších aktivit pak rozdíly nejsou nijak zásadní.



**Tab. 29: Komparace komunikování aktivit environmentální odpovědnosti TOP 100 a TOP 50 chemických firem působících na Ukrajině**

Aktivity environmentální odpovědnosti	TOP 100 (% firem)	TOP 50 (% firem)	Rozdíl
1. Zajištění souladu s environmentální legislativou	63 %	50 %	13 %
2. Úspora energií a ostatních zdrojů	60 %	48 %	12 %
3. Minimalizace odpadů a podpora recyklace	69 %	52 %	17 %
4. Podpora investic do čistých technologií	23 %	28 %	-5 %
5. Podpora zachování zdrojů a přírodní diverzity	34 %	36 %	-2 %
6. Prevence a náprava negativních dopadů činností na životní prostředí a komunitu	66 %	60 %	6 %
7. Podněcování iniciativ propagující odpovědný přístup k životnímu prostředí, v tom:	30 %	20 %	10 %
a) Podněcování environmentálních aktivit dodavatelů	7 %	8 %	-1 %
b) Podněcování environmentálních aktivit zaměstnanců	24 %	2 %	22 %
c) Environmentální reporting	22 %	10 %	12 %

Zdroj: vlastní zpracování

Co se týká rozdílů v *komunikování* společensky odpovědných *aktivit* v oblasti *etické odpovědnosti*, jsou patrné z Tab. 30.

**Tab. 30: Komparace komunikování aktivit etické odpovědnosti TOP 100 a TOP 50 chemických firem působících na Ukrajině**

Aktivity etické odpovědnosti	TOP 100 (% firem)	TOP 50 (% firem)	Rozdíl
1. Instalace etického kodexu podniku	60 %	40 %	20 %
2. Vzdělávání a výcvik zaměstnanců k etickému jednání	20 %	8 %	12 %
3. Etický reporting	23 %	4 %	19 %
4. Realizace etického auditu	1 %	0 %	1 %
5. Uplatnění etických vzorů	0 %	2 %	-2 %
6. Vytvoření úřadu firemního ombudsmana	1 %	0 %	1 %
7. Působení etického výboru	16 %	0 %	16 %
8. Provozování linky hlášení neetického jednání	60 %	2 %	58 %

Zdroj: vlastní zpracování

Z Tab. 30 je patrné, že i v této oblasti, až na jedinou výjimku, kterou je komunikování uplatnění etických vzorů, komunikují TOP 100 nefinanční firmy sídlící na Ukrajině větší rozsah aktivit. Zvláště významně je daný rozdíl patrný v případě aktivity v podobě provozování linky hlášení neetického jednání.

Co se týká rozdílů v *komunikování* společensky odpovědných *aktivit* v oblasti *filantropické odpovědnosti*, jsou patrné z Tab. 31.

**Tab. 31: Komparace komunikování aktivit filantropické odpovědnosti TOP 100 a TOP 50 chemických firem působících na Ukrajině**

Aktivity filantropické odpovědnosti	TOP 100 (% firem)	TOP 50 (% firem)	Rozdíl
1. Realizace dárcovských aktivit, vč. firemního sponzoringu	74 %	26 %	48 %
2. Podpora dárcovských aktivit zaměstnanců	12 %	6 %	6 %
3. Firemní dobrovolnictví	25 %	20 %	5 %
4. Podpora individuálního dobrovolnictví zaměstnanců	15 %	8 %	7 %
5. Spolupráce s neziskovými organizacemi	27 %	22 %	5 %

Zdroj: vlastní zpracování

Jak vyplývá z Tab. 31 TOP 100 nefinanční firmy sídlící na Ukrajině komunikují ve větším rozsahu také všechny aktivity filantropické odpovědnosti. Největší rozdíl je přitom patrný v případě aktivity v podobě „realizace dárcovských aktivit, vč. firemního sponzoringu“.

Z uvedeného je patrné, že vyšší úrovně komunikování dosahují z hlediska všech aspektů i oblastí CSR TOP 100 nefinanční firmy působící na Ukrajině ve srovnání s TOP 50 chemickými firmami sídlícími v této zemi. Nejmenší rozdíl v úrovni komunikování je patrný v oblasti environmentální odpovědnosti, kdy za důvod lze považovat skutečnost, že společenská citlivost chemických firem pramení zejména z jejich environmentální rizikivosti.

### **3.6 Komparace úrovně CSR web komunikování chemických podniků působících na Ukrajině a chemických podniků působících v České republice**

Co se týká komparace CSR web komunikování chemických podniků působících na Ukrajině a v České republice, její rozsah bude z hlediska meritorního mírně omezen, a to s ohledem na dostupnost relevantních dat.

Z hlediska základních aspektů komunikování lze uvést, že chemické firmy sídlící v České republice ve větším rozsahu využívají komunikování prostřednictvím CSR zpráv. Tyto zprávy prezentuje na svých webových stránkách 5 % sledovaných chemických firem sídlících v České republice. Na Ukrajině CSR zprávu či zprávu s analogickým obsahem nezpřístupňuje na svých webových stránkách ani jedna sledovaná chemická firma.

Co se týká rozdílů v *komunikování* společensky odpovědných *aktivit* v jednotlivých oblastech CSR, komparace z hlediska oblasti *ekonomické odpovědnosti* je patrná z Tab. 32.

**Tab. 32: Komparace komunikování aktivit ekonomické odpovědnosti chemických firem působících v České republice a na Ukrajině**

Aktivity ekonomické odpovědnosti	ČR (% firem)	Ukrajina (% firem)	Rozdíl
1. Uplatnění principů dobrého řízení	31 %	36 %	-5 %
2. Péče o kvalitu a bezpečnost výrobků	95 %	50 %	45 %
3. Tvorba a zavádění inovací produktů	71 %	52 %	19 %
4. Posilování vztahů se zákazníky	96 %	92 %	4 %
5. Posilování vztahů s vlastníky a investory	45 %	38 %	7 %
6. Posilování vztahů s dodavateli a odběrateli	38 %	56 %	-18 %
7. Rozvíjení vztahů s institucemi a organizacemi veřejné správy	62 %	42 %	20 %
8. Partnerství s odbornými asociacemi a mezinárodními organizacemi	45 %	60 %	-15 %
9. Partnerství s vysokými školami a dalšími vzdělávacími institucemi	51 %	20 %	31 %
10. Rozvíjení vztahů s veřejností	69 %	52 %	17 %

Zdroj: vlastní zpracování

Z Tab. 32 je patrné, že 7 z 10 sledovaných aktivit komunikují ve větším rozsahu chemické firmy působící v České republice. Největší rozdíl je přitom patrný v případě aktivity „péče o kvalitu a bezpečnost výrobků“, kterou komunikuje na svých webových stránkách 95 % firem sídlících v České republice, ale jen 50 % firem sídlících na Ukrajině. Chemické firmy sídlící na Ukrajině pak ve větším rozsahu než chemické firmy sídlící v České republice komunikují aktivity v podobě posilování vztahů s dodavateli a odběrateli, partnerství s odbornými asociacemi a mezinárodními organizacemi a uplatnění principů dobrého řízení.

Co se týká rozdílů v *komunikování* společensky odpovědných *aktivit* v oblasti *sociální odpovědnosti*, jsou patrné z Tab. 33.

Z Tab. 33 vyplývá, že 7 z 11 sledovaných základních aktivit komunikují ve větším rozsahu chemické firmy působící v České republice. Výrazný je zejména rozdíl v případě péče o vzdělávání a rozvoj zaměstnanců, kterou komunikuje 75 % chemických firem působících v České republice, ale jen 50 % chemických firem působících na Ukrajině. Opačného rozdílu je pak dosaženo v případě komunikování kvalitního pracovního prostředí, které komunikuje 46 % chemických firem působících na Ukrajině, ale jen 11 % chemických firem působících v České republice. Chemické firmy působící na Ukrajině ve větším rozsahu

také komunikují realizaci kvalitního procesu získávání zaměstnanců a ukončování pracovního poměru a zapojování zaměstnanců do procesu rozhodování.

**Tab. 33: Komparace komunikování aktivit sociální odpovědnosti chemických firem působících v České republice a na Ukrajině**

Aktivity sociální odpovědnosti	ČR (% firem)	Ukrajina (% firem)	Rozdíl
1. Zajištění bezpečnosti a ochrany zdraví při práci	73 %	66 %	7 %
2. Kvalitní pracovní prostředí	11 %	46 %	-35 %
3. Péče o vzdělávání a rozvoj zaměstnanců	75 %	50 %	25 %
4. Aplikace opatření eliminujících jakékoli formy diskriminace v zaměstnání	18 %	10 %	8 %
5. Zajištění svobody sdružování v odborech a práva na kolektivní vyjednávání	18 %	12 %	6 %
6. Realizace kvalitního procesu získávání zaměstnanců a ukončování pracovního poměru	16 %	28 %	-12 %
7. Zapojování zaměstnanců do procesu rozhodování	22 %	30 %	-8 %
8. Péče o zaměstnance, v tom:	51 %	34 %	17 %
a) Poskytování zaměstnaneckých benefitů	47 %	26 %	21 %
b) Společenské akce pro zaměstnance	20 %	6 %	14 %
c) Péče o bývalé zaměstnance	13 %	16 %	-3 %
d) Zajištění jistoty zaměstnání	2 %	24 %	-22 %
9. Zajištění vyváženosti pracovního a osobního života zaměstnanců	16 %	16 %	0 %
10. Boj proti mobbingu a obtěžování	4 %	0 %	4 %
11. Zajištění zdravé firemní kultury	35 %	28 %	7 %

Zdroj: vlastní zpracování

Co se týká rozdílů v **komunikování** společensky odpovědných **aktivit** v oblasti **environmentální odpovědnosti**, jsou patrné z Tab. 34.

Z Tab. 34 vyplývá, že 6 z 8 základních environmentálních aktivit komunikují ve větším rozsahu chemické firmy působící v České republice. Největší rozdíl je přitom patrný v případě aktivity v podobě prevence a nápravy negativních dopadů činností na životní prostředí a komunitu a v rámci ní v dílčích aktivitách podněcování environmentálních aktivit zaměstnanců a environmentální reporting. Naopak chemické firmy působící na Ukrajině komunikují ve výrazně větším rozsahu bezpečné zacházení s rizikovými látkami ve srovnání s chemickými firmami působícími v České republice.

**Tab. 34: Komparace komunikování aktivit environmentální odpovědnosti chemických firem působících v České republice a na Ukrajině**

Aktivity environmentální odpovědnosti	ČR (% firem)	Ukrajina (% firem)	Rozdíl
1. Zajištění souladu s environmentální legislativou	75 %	50 %	25 %
2. Úspora energií a ostatních zdrojů	67 %	48 %	19 %
3. Minimalizace odpadů a podpora recyklace	75 %	52 %	23 %
4. Bezpečné zacházení s rizikovými látkami	40 %	60 %	-20 %
5. Podpora investic do čistých technologií	49 %	28 %	21 %
6. Podpora zachování zdrojů a přírodní diverzity	35 %	36 %	-1 %
7. Prevence a náprava negativních dopadů činností na životní prostředí a komunitu	95 %	60 %	35 %
8. Podněcování iniciativ propagující odpovědný přístup k životnímu prostředí, v tom:	67 %	20 %	47 %
a) Podněcování environmentálních aktivit dodavatelů	35 %	8 %	27 %
b) Podněcování environmentálních aktivit zaměstnanců	36 %	2 %	34 %
c) Environmentální reporting	44 %	10 %	34 %

Zdroj: vlastní zpracování

Co se týká rozdílů v *komunikování* společensky odpovědných *aktivit* v oblasti *etické odpovědnosti*, jsou patrné z Tab. 35.

**Tab. 35: Komparace komunikování aktivit etické odpovědnosti chemických firem působících v České republice a na Ukrajině**

Aktivity etické odpovědnosti	ČR (% firem)	Ukrajina (% firem)	Rozdíl
1. Instalace etického kodexu podniku	31 %	40 %	-9 %
2. Vzdělávání a výcvik zaměstnanců k etickému jednání	2 %	8 %	-6 %
3. Etický reporting	0 %	4 %	-4 %
4. Realizace etického auditu	2 %	0 %	2 %
5. Uplatnění etických vzorů	0 %	2 %	-2 %
6. Vytvoření úřadu firemního ombudsmana	0 %	0 %	0 %
7. Působení etického výboru	2 %	0 %	2 %
8. Provozování linky hlášení neetického jednání	15 %	2 %	13 %

Zdroj: vlastní zpracování

Z Tab. 35 vyplývá, že v oblasti etické odpovědnosti chemické firmy sídlící na Ukrajině komunikují větší rozsah aktivit, než chemické firmy sídlící v České republice. Rozsah komunikovaných aktivit firmami působícími v České republice je vyšší pouze v případě tří z osmi aktivit, a to v případě realizace etického auditu, působení etického výboru a provozování linky hlášení neetického jednání. Chemické firmy sídlící na Ukrajině mnohem

častěji komunikují především instalaci etického kodexu podniku ve srovnání s chemickými firmami sídlícími v České republice.

Co se týká rozdílů v *komunikování* společensky odpovědných *aktivit* v oblasti *filantropické odpovědnosti*, jsou patrné z Tab. 36.

**Tab. 36: Komparace komunikování aktivit filantropické odpovědnosti chemických firem působících v České republice a na Ukrajině**

Aktivity filantropické odpovědnosti	ČR (% firem)	Ukrajina (% firem)	Rozdíl
1. Realizace dárcovských aktivit, vč. firemního sponzoringu	40 %	26 %	14 %
2. Podpora dárcovských aktivit zaměstnanců	4 %	6 %	-2 %
3. Firemní dobrovolnictví	9 %	20 %	-11 %
4. Podpora individuálního dobrovolnictví zaměstnanců	4 %	8 %	-4 %
5. Spolupráce s neziskovými organizacemi	35 %	22 %	13 %

Zdroj: vlastní zpracování

Z Tab. 36 vyplývá, že také v oblasti filantropické odpovědnosti chemické firmy sídlící na Ukrajině komunikují větší rozsah aktivit, než chemické firmy sídlící v České republice. Rozsah komunikovaných aktivit firmami působícími v České republice je vyšší pouze v případě dvou z pěti aktivit, a to realizace dárcovských aktivit, vč. firemního sponzoringu a spolupráce s neziskovými organizacemi. Naopak chemické firmy sídlící na Ukrajině výrazně častěji komunikují na svých webových stránkách realizaci firemního dobrovolnictví.

Z výše uvedeného vyplývá, že aktivity ekonomické, sociální a environmentální odpovědnosti jsou ve větším rozsahu komunikovány sledovanými chemickými firmami působícími v České republice. Naopak aktivity etické a filantropické odpovědnosti jsou ve větším rozsahu komunikovány sledovanými chemickými firmami působícími na Ukrajině. Některé chemické firmy působící v České republice na rozdíl od firem působících na Ukrajině navíc také na svých webových stránkách zpřístupňují samostatné CSR zprávy či zprávy s analogickým obsahem. Úroveň CSR komunikování sledovaných chemických firem působících v České republice tak lze podle našeho názoru považovat za vyšší ve srovnání s úrovní CSR komunikování sledovaných chemických firem působících na Ukrajině.

### **3.7 Návrh dílčích opatření vedoucích ke zlepšení úrovně CSR web komunikování nefinančních, zejména chemických, podniků působících na Ukrajině**

Z provedené analýzy vyplývá, že úroveň CSR web komunikování sledovaných chemických firem působících na Ukrajině je nižší ve srovnání s úrovní CSR web komunikování TOP nefinančních firem působících na Ukrajině, a to ve všech sledovaných aspektech. Rovněž je nižší ve srovnání s úrovní CSR web komunikování sledovaných chemických firem působících v České republice, a to zejména s ohledem na základní aspekty CSR komunikování a dále pak s ohledem na komunikování v oblasti ekonomické, sociální a environmentální odpovědnosti.

Ke zvýšení úrovně CSR web komunikování nefinančních, zejména pak chemických, firem působících na Ukrajině by podle našeho názoru především přispěla aplikace následujících opatření:

- 1) využívat širšího spektra komunikačních kanálů, ať už samostatných CSR zpráv, výročních zpráv obsahujících informace o vyvíjených CSR aktivitách zveřejňovaných mimo jiné na firemních webových stránkách či komunikování na sociálních sítích;
- 2) vytvořit v rámci hlavního navigačního menu firemních webových stránek záložku s názvem „Společenská odpovědnost“ či analogickým názvem a v rámci ní nabídnout informace o vyvíjených CSR aktivitách členěné dle jednotlivých oblastí CSR, a to buď klasicky dle 3P, anebo např. dle pěti oblastí CSR, oblasti ekonomické, sociální, environmentální, etické a filantropické;
- 3) věnovat zvýšenou pozornost těm oblastem společenské odpovědnosti, které úzce souvisí s hlavním předmětem podnikání firmy, v případě její společenské citlivosti s tímto aspektem podnikání; v případě chemických firem zaměřit primární pozornost na komunikování společensky odpovědných aktivit v oblasti environmentální;
- 4) rozšířit spektrum komunikovaných aktivit, a to např. s využitím znalostní báze, kterou nabízí mezinárodně uznávané standardy CSR reportování, např. GRI;

- 5) neposkytovat pouze základní informace o vyvíjených CSR aktivitách, ale mnohem podrobnější informace o podstatě a efektech daných činností a o jejich vývoji v čase;
- 6) určit kompetentní osobu, která se bude ve firmě zabývat CSR komunikováním a bude se neustále vzdělávat v této oblasti, zejména s ohledem na nové trendy komunikování;
- 7) rozšiřovat znalostní potenciál v dané oblasti a využívat příkladů dobré praxe např. díky spolupráci s CSR organizacemi, odbornými asociacemi či univerzitami; jako alternativa se jeví i využití služeb externí poradenské firmy specializující se na danou problematiku;
- 8) motivovat firemní stakeholdery ke spolupráci v rámci rozhodovacího procesu o realizaci a komunikování společensky odpovědných aktivit a na základě jejich zájmů a preferencí orientovat jak uplatňování, tak komunikování vyvíjených CSR aktivity (ať už z hlediska kanálů komunikování či obsahu informací).



## ZÁVĚR

Předložená diplomová práce se věnuje problematice komunikování společensky odpovědných aktivit podniků. Zaměřena je zejména na web komunikování podniků chemického průmyslu působících na Ukrajině, a to v kontextu komparace na národní i mezinárodní úrovni. Členěna je do tří hlavních kapitol.

První kapitola je zaměřena obecně na problematiku společenské odpovědnosti firem. Na úvod je zde vymezen koncept společenské odpovědnosti podniků (Corporate Social Responsibility – CSR), jehož podstatou je dobrovolné vyvíjení společensky odpovědných aktivit zaměřených na uspokojení potřeb a přání firemních stakeholderů i společnosti jako celku. Následně jsou uvedena alternativní pojetí oblastí a aktivit CSR, kdy vycházíme z pojetí 3P, tj. Profit, People, Planet. V tomto klasickém pojetí CSR obsahuje oblast ekonomickou, sociální a environmentální. Představeno je také alternativní pojetí Carrolla zahrnující odpovědnost ekonomickou, právní, etickou a filantropickou. Na závěr je uvedeno souhrnné pojetí pěti pilířů CSR pojímající ekonomickou, sociální, environmentální, etickou a filantropickou odpovědnost.

Druhá kapitola pojednává o CSR reportování a komunikování. Na úvod této kapitoly je vysvětlena jejich podstata a vzájemný vztah mezi nimi. Vycházíme přitom z procesního pojetí jejich vztahu, kdy vykonává-li podnik společensky odpovědné aktivity a chce-li sdílet přínosy spojené s jejich aplikací, musí tyto aktivity vykazovat – reportovat a následně zprávy o těchto aktivitách zpřístupnit všem zainteresovaným skupinám, tj. komunikovat. Dále je pozornost zaměřena na legislativní úpravu CSR reportování a komunikování jednak na úrovni EU v podobě směrnice Evropského parlamentu a rady 2014/95/EU ze dne 22. října 2014, kterou se mění směrnice 2013/34/EU, pokud jde o uvádění nefinančních informací a informací týkajících se rozmanitosti některými velkými podniky a skupinami, jednak na národní úrovni v podobě zákona č. 563/1991 Sb., o účetnictví, v platném znění. Obsahem této kapitoly je rovněž pojednání o rámcích CSR reportování a komunikování, kdy je pozornost věnována ČSN ISO 26000, směrnici OECD pro nadnárodní podniky, reportingovému rámci Global Reporting Initiative a metodice komunikování ekonomických, sociálních, environmentálních, etických a filantropických aktivit. Zhodnocena je také úroveň CSR reportování a komunikování ve světě, a to na základě studie společnosti KPMG, ze které vyplývá, že v průměru 73 % firem reportuje a současně komunikuje o svém společensky odpovědném chování. Na závěr druhé kapitoly jsou pak shrnuta opatření, která by měla vést ke zvýšení úrovně CSR komunikování. Tato opatření jsou strukturována do pěti oblastí, a to

pravidla a postupy CSR komunikování, technické prostředky CSR komunikování, obsah CSR komunikování, rozvoj spolupráce v oblasti CSR komunikování a implementace příkladů dobré praxe.

Třetí kapitola je věnována analýze, zhodnocení a komparaci jednak úrovně CSR web komunikování 100 nejvýznamnějších nefinančních podniků a 50 nejvýznamnějších chemických podniků působících na Ukrajině, jednak úrovně CSR web komunikování TOP 50 chemických podniků působících na Ukrajině a chemických podniků Svazu chemického průmyslu ČR působících v České republice. Z výsledků provedené studie vyplývá, že vyšší úrovně CSR komunikování dosahují TOP 100 nefinanční firmy ve srovnání s TOP 50 chemickými firmami působícími na Ukrajině. Nejmenší rozdíl v úrovni komunikování je patrný v oblasti environmentální odpovědnosti, kdy za důvod lze považovat skutečnost, že společenská citlivost chemických firem pramení zejména z jejich environmentální rizikovosti. Ze studie dále vyplývá, že aktivity ekonomické, sociální a environmentální odpovědnosti jsou ve větším rozsahu komunikovány sledovanými chemickými firmami působícími v České republice. Naopak aktivity etické a filantropické odpovědnosti jsou ve větším rozsahu komunikovány sledovanými chemickými firmami působícími na Ukrajině. Lze však konstatovat, že úroveň CSR komunikování sledovaných chemických firem působících v České republice je vyšší ve srovnání s úrovní CSR komunikování sledovaných chemických firem působících na Ukrajině. Aplikovat je tak třeba v práci navržená opatření dotýkající se jak kanálů komunikování, tak obsahu zveřejňovaných informací, ale i organizačních aspektů zajištění a rozvoje CSR komunikování.

## SEZNAM ZKRATEK

BAT	Best Available Techniques, tj. nejlepší dostupné techniky
BREF	BAT Reference Documents, tj. evropské referenční dokumenty o nejlepších dostupných technikách
ČR	Česká republika
ČSN	Česká technická norma
EMAS	Eco Management and Audit Scheme, tj. systém ekologického řízení a auditu
GRI	Global Reporting Initiative
IPPC	Integrated Pollution Prevention and Control, tj. integrovaná prevence a omezování znečištění
ISO	International Organization for Standardization, tj. Mezinárodní organizace pro standardizaci
MPO ČR	Ministerstvo průmyslu a obchodu ČR
OECD	Organisation for Economic Co-operation and Development, tj. Organizace pro hospodářskou spolupráci a rozvoj
REACH	Registration, Evaluation, Authorisation and Restriction of Chemicals, tj. norma pro registraci, evaluaci a autorizaci chemických látek
SCHP ČR	Svaz chemického průmyslu České Republiky

## POUŽITÁ LITERATURA

- [1] ARMSTRONG, M., TAYLOR, S. (2015). *Řízení lidských zdrojů. Moderní pojetí a postupy*. 13. vyd. Praha: Grada Publishing. 928 s. ISBN 978-80-247-9882-0
- [2] BUSINESSINFO.CZ (2016). *Ukrajina: základní charakteristika teritoria, ekonomický přehled* [on-line]. [cit. 2017-01-13]. Dostupné na [www: http://www.businessinfo.cz/cs/clanky/ukrajina-zakladni-charakteristika-teritoria-19093.html](http://www.businessinfo.cz/cs/clanky/ukrajina-zakladni-charakteristika-teritoria-19093.html)
- [3] BIZNES CENZOR (2017). *200 největších firem Ukrajiny v roce 2016* [on-line]. [cit. 2018-03-10]. Dostupné na [www: https://biz.censor.net.ua/resonance/3033764/200\\_nayibshih\\_kompanyi\\_ukrani\\_2016\\_roku](https://biz.censor.net.ua/resonance/3033764/200_nayibshih_kompanyi_ukrani_2016_roku)
- [4] BUCHHOLTZ, A. K., CARROLL, A. B. (2012). *Business & Society: Ethics, Sustainability, and Stakeholder Management*. 8. vyd. South-Western: Cengage Learning. 760 s. ISBN 978-0-538-46676-9
- [5] CAROLL, A. B. (1991). The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders. *Business Horizons*, Vol. 34, No. 4, s. 39-48. ISSN 0007-6813
- [6] CENTRAL INTELLIGENCE AGENCY (2016). *Europe: Ukraine* [on-line]. [cit. 2017-11-27]. Dostupné na [www: https://www.cia.gov/library/publications/resources/the-world-factbook/geos/print\\_up.html](https://www.cia.gov/library/publications/resources/the-world-factbook/geos/print_up.html)
- [7] COOMBS, W. T., HOLLADAY, S. J. (2012). *Managing Corporate Social Responsibility: A Communication Approach*. 1. vyd. Oxford: Wiley-Blackwell. 200 s. ISBN 978-1-443-3645-0
- [8] ČSN ISO 26000:2011 – Pokyny pro oblast společenské odpovědnosti.
- [9] Důvodová zpráva vládního návrhu zákona, kterým se mění zákon č. 563/1991 Sb., o účetnictví, ve znění pozdějších předpisů. <http://www.psp.cz/doc/00/12/66/00126641.pdf>

- [10] DVOŘÁKOVÁ, I. (2010). Obsahová analýza/formální obsahová analýza/kvantitativní obsahová analýza. *Antropo Webzin*, Vol. 2010, No. 2., s. 95-99. ISSN 1801-8807
- [11] ELKINGTON, J. (2004). Enter the Triple Bottom Line. In Henriques, A., Richardson, J. *The Triple Bottom Line, Does it All Add up? Assessing the Sustainability of Business and CSR*. 1. vyd. Londýn: Earthscan. 179 s. ISBN 978-18-440-7015-2
- [12] FLAGSHIP (2016). *Nová směrnice o nefinančním reportingu* [on-line]. [cit. 2017-11-12]. Dostupné na www: [https://flagship.cz/blog/detail/nova-smernice-o-nefinancnim-reportingu\\_290](https://flagship.cz/blog/detail/nova-smernice-o-nefinancnim-reportingu_290)
- [13] GRAY, R., OWEN, D., MAUNDERS, K. (1987). *Corporate Social Reporting: Accounting and Accountability*. Londýn: Prentice-Hall International. 224 s. ISBN 978-0-1317-5456-0
- [14] GRI (2013). *G4 Sustainability Reporting Guidelines* [on-line]. [cit. 2017-11-13]. Dostupné na www: <https://www.globalreporting.org/resourcelibrary/GRIG4-Part2-Implementation-Manual.pdf>
- [15] GRI (2006). *Pokyny pro udržitelný reporting* [on-line]. [cit. 2017-11-17]. Dostupné na www: <https://www.globalreporting.org/resourcelibrary/GRI-G3-Czech-Reporting-Guidelines.pdf>
- [16] IHLEN, Q., BARLETT, J. L., STEVE, M. (2014). *The Handbook of Communication and Corporate Social Responsibility*. 1. vyd. Chichester: Wiley Blackwell. 608 s. ISBN 978-1-118-72138-4
- [17] INTERNATIONAL MONETARY FUND (2016). *Report for Selected Countries and Subjects* [on-line]. [cit. 2016-12-15]. Dostupné na www: [http://www.imf.org/external/pubs/ft/weo/2016/01/weodata/weorept.aspx?sy=2014&ey=2021&scsm=1&ssd=1&sort=country&ds=.&br=1&pr1.x=62&pr1.y=1&c=913%2C922%2C926&s=NGDPD%2CNGDPDPC%2CPPPGDP%2CPPPPC&grp=0&a="](http://www.imf.org/external/pubs/ft/weo/2016/01/weodata/weorept.aspx?sy=2014&ey=2021&scsm=1&ssd=1&sort=country&ds=.&br=1&pr1.x=62&pr1.y=1&c=913%2C922%2C926&s=NGDPD%2CNGDPDPC%2CPPPGDP%2CPPPPC&grp=0&a=)
- [18] KAŠPAROVÁ, K., KUNZ, V. (2013). *Moderní přístupy ke společenské odpovědnosti firem a CSR reportování*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing. 160 s. ISBN 978-80-247-4480-3

- [19] KPMG (2015). *Currents of Change: The KPMG Survey of Corporate Responsibility Reporting 2015* [on-line]. [cit. 2017-11-02]. Dostupné na [www: https://home.kpmg.com/content/dam/kpmg/pdf/2015/12/KPMG-survey-of-CR-reporting-2015.pdf](https://home.kpmg.com/content/dam/kpmg/pdf/2015/12/KPMG-survey-of-CR-reporting-2015.pdf)
- [20] KULDOVÁ, L. (2010). *Společenská odpovědnost firem. Etické podnikání a sociální odpovědnost v praxi*. 1. vyd. Plzeň: OPS. 193 s. ISBN 978-80-87269-12-1
- [21] KUNZ, V. (2012). *Společenská odpovědnost firem*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing. 208 s. ISBN 978-80-247-3983-0
- [22] KUNZ, V., HRONOVÁ, Š., (2016). CSR and Sustainability Reporting in CR. In: *4th International Conference on Innovation Management, Entrepreneurship and Corporate Sustainability "IMECS 2016"*; VŠE v Praze, Praha, Česká republika, 26. – 27. května 2016, s. 384–394. ISBN 978-80-245-2153-4
- [23] KYRYLENKO, I., TETŘEVOVÁ, L. Komunikování společensky odpovědných aktivit vybranými chemickými firmami působícími na Ukrajině. In M. Adam (ed.), *Studentská vědecká odborná činnost 2016/2017*. Pardubice: Univerzita Pardubice, Fakulta chemicko-technologická, 2017, s. 101-106. ISBN 978-80-7560-084-4
- [24] MINISTERSTVO EKONOMICKÉHO ROZVOJE A OBCHODU UKRAJINY (2017). *Katalog exportérů* [on-line]. [cit. 2018-08-02]. Dostupné na [www: http://ukrexport.gov.ua/ukr/catalog\\_export/?industry=10&text=](http://ukrexport.gov.ua/ukr/catalog_export/?industry=10&text=)
- [25] MINISTERSTVO EKONOMICKÉHO ROZVOJE A OBCHODU UKRAJINY (2017). *Průmysl v 2017 roce* [on-line]. [cit. 2018-03-20]. Dostupné na [www: http://www.me.gov.ua/Documents/Download?id=460fef32-fc76-471b-8ada-64bdf1e6ca3f](http://www.me.gov.ua/Documents/Download?id=460fef32-fc76-471b-8ada-64bdf1e6ca3f)
- [26] MINISTERSTVO EKONOMICKÉHO ROZVOJE A OBCHODU UKRAJINY (2016). *TOP-100: Přehled největších státních podniků Ukrajiny* [on-line]. [cit. 2018-03-12]. Dostupné na [www: https://www.kmu.gov.ua/storage/app/media/reforms/top-100-naybilshikh-derzhpidpriemstv-ukraini.pdf](https://www.kmu.gov.ua/storage/app/media/reforms/top-100-naybilshikh-derzhpidpriemstv-ukraini.pdf)
- [27] MPO ČR. (2013). *Směrnice OECD pro nadnárodní podniky: Doporučení pro odpovědné chování podniků v globálním kontextu*. [on-line]. [cit. 2017-11-14].

Dostupné na [www:  
http://mneguidelines.oecd.org/guidelines/MNEGuidelines%C4%8Ce%C5%A1tina.pdf](http://mneguidelines.oecd.org/guidelines/MNEGuidelines%C4%8Ce%C5%A1tina.pdf)

- [28] OCHRANA, F. (2002). *Manažerské metody ve veřejném sektoru*. 1. vyd. Praha: Ekopress. 216 s. ISBN 978-80-861-1951-3
- [29] PAVLÍK, M., BĚLČÍK, M. a kol. (2010). *Společenská odpovědnost organizace: CSR v praxi a jak s ním dál*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing. 176 s. ISBN 978-80-247-3157-5
- [30] PŘIKRYLOVÁ, J., JAHODOVÁ, H. (2010). *Moderní marketingová komunikace*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing. 320 s. ISBN 978-80-247-3622-8
- [31] RASCHE, A., MORSING, M., MOON, J. (2017). *Corporate Social Responsibility: Strategy, Communication, Governance*. 1. vyd. Cambridge: Cambridge University Press. 554 s. ISBN 978-80-247-3622-8
- [32] ŘEZÁČ, J. (2009). *Moderní management. Manažer pro 21. století*. 1. vyd. Brno: Computer Press. 397 s. ISBN 978-80-251-1959-4
- [33] SEDLÁKOVÁ, R. (2014). *Výzkum médií: Nejužívanější metody a techniky*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing. 544 s. ISBN 978-80-247-3568-9
- [34] Směrnice Evropského parlamentu a rady 2014/95/EU ze dne 22. října 2014, kterou se mění směrnice 2013/34/EU, pokud jde o uvádění nefinančních informací a informací týkajících se rozmanitosti některými velkými podniky a skupinami.
- [35] ŠOLJAKOVÁ, L., FIBÍROVÁ, J. (2010). *Reporting*. 3. vyd. Praha: Grada Publishing. 224 s. ISBN 978-80-247-2759-2
- [36] TETŘEVOVÁ, L. (2018a). *Komunikování společensky odpovědných aktivit chemickými firmami v ČR*. *Chemické listy*, Vol. 112, No. 2, s. 122-127. ISSN 1213-7103
- [37] TETŘEVOVÁ, L. (2018b). *Communicating CSR in High Profile Industries: Case Study of Czech Chemical Industry*. *Engineering Economics*, v recenzním řízení.
- [38] TETŘEVOVÁ, L. (2017). *Corporate Philanthropy Activities and their Communication by Czech Chemical Companies*. In: *5th International Conference on Chemical*

*Technology "ICCT 2017"*; Czech Society of Industrial Chemistry, Mikulov, Česká republika, 10. – 12. dubna 2017.

- [39] TETŘEVOVÁ, L. (2011). Corporate Social Responsibility in the Czech Gambling Industry. *Economics and Management*, Vol. 16, No. 1, s. 612–620. ISSN 1822-6515
- [40] TETŘEVOVÁ, L. a kol. (2017). *Společenská odpovědnost firem společensky citlivých odvětví*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing. 224 s. ISBN 978-80-271-0285-3
- [41] VYSEKALOVÁ, J. a kol. (2014). *Emoce v marketingu. Jak oslovit srdce zákazníka*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing. 296 s. ISBN 978-80-247-4843-6
- [42] ZADRAŽILOVÁ, D. a kol. (2010). *Společenská odpovědnost podniků. Transparentnost a etika podnikání*. 1. vyd. Praha: C. H. Beck. 167 s. ISBN 978-80-7400-192-5
- [43] Zákon č. 563/1991 Sb., o účetnictví, v platném znění.



## SEZNAM TABULEK

Tab. 1: Tří pilíře CSR.....	17
Tab. 2: Specifické standardy GRI .....	28
Tab. 3: Komunikování aktivit ekonomické odpovědnosti .....	29
Tab. 4: Komunikování aktivit sociální odpovědnosti .....	31
Tab. 5: Komunikování aktivit environmentální odpovědnosti.....	31
Tab. 6: Komunikování aktivit etické odpovědnosti .....	32
Tab. 7: Komunikování aktivit filantropické odpovědnosti .....	32
Tab. 8: Zaměstnanost v průmyslu na Ukrajině v roce 2016.....	37
Tab. 9: Hlavní průmyslová odvětví na Ukrajině v roce 2016 .....	38
Tab. 10: Odvětvová struktura TOP 100 firem působících na Ukrajině v roce 2016.....	39
Tab. 11: Odvětvová struktura TOP 50 chemických firem působících na Ukrajině v roce 2016 .....	39
Tab. 12: Komunikování aktivit ekonomické odpovědnosti firem SCHP ČR .....	41
Tab. 13: Komunikování aktivit sociální odpovědnosti firem SCHP ČR .....	42
Tab. 14: Komunikování aktivit environmentální odpovědnosti firem SCHP ČR.....	43
Tab. 15: Komunikování aktivit etické odpovědnosti firem SCHP ČR .....	43
Tab. 16: Komunikování aktivit filantropické odpovědnosti firem SCHP ČR .....	44
Tab. 17: Komunikování aktivit ekonomické odpovědnosti TOP 100 nefinančními firmami působícími na Ukrajině .....	46
Tab. 18: Komunikování aktivit sociální odpovědnosti TOP 100 nefinančními firmami působícími na Ukrajině .....	47
Tab. 19: Komunikování aktivit environmentální odpovědnosti TOP 100 nefinančními firmami působícími na Ukrajině .....	48
Tab. 20: Komunikování aktivit etické odpovědnosti TOP 100 nefinančními firmami působícími na Ukrajině .....	48

Tab. 21: Komunikování aktivit filantropické odpovědnosti TOP 100 nefinančními firmami působícími na Ukrajině .....	48
Tab. 22: Komunikování aktivit ekonomické odpovědnosti TOP 50 chemickými firmami působícími na Ukrajině .....	49
Tab. 23: Komunikování aktivit sociální odpovědnosti TOP 50 chemickými firmami působícími na Ukrajině .....	51
Tab. 24: Komunikování aktivit environmentální odpovědnosti TOP 50 chemickými firmami působícími na Ukrajině .....	52
Tab. 25: Komunikování aktivit etické odpovědnosti TOP 50 chemickými firmami působícími na Ukrajině.....	53
Tab. 26: Komunikování aktivit filantropické odpovědnosti TOP 50 chemickými firmami působícími na Ukrajině .....	53
Tab. 27: Komparace komunikování aktivit ekonomické odpovědnosti TOP 100 a TOP 50 chemických firem působících na Ukrajině.....	55
Tab. 28: Komparace komunikování aktivit sociální odpovědnosti TOP 100 a TOP 50 chemických firem působících na Ukrajině.....	56
Tab. 29: Komparace komunikování aktivit environmentální odpovědnosti TOP 100 a TOP 50 chemických firem působících na Ukrajině.....	57
Tab. 30: Komparace komunikování aktivit etické odpovědnosti TOP 100 a TOP 50 chemických firem působících na Ukrajině.....	57
Tab. 31: Komparace komunikování aktivit filantropické odpovědnosti TOP 100 a TOP 50 chemických firem působících na Ukrajině.....	58
Tab. 32: Komparace komunikování aktivit ekonomické odpovědnosti chemických firem působících v České republice a na Ukrajině .....	58
Tab.33: Komparace komunikování aktivit sociální odpovědnosti chemických firem působících v České republice a na Ukrajině .....	59
Tab. 34: Komparace komunikování aktivit environmentální odpovědnosti chemických firem působících v České republice a na Ukrajině .....	61
Tab. 35: Komparace komunikování aktivit etické odpovědnosti chemických firem působících v České republice a na Ukrajině.....	61

Tab. 36: Komparace komunikování aktivit filantropické odpovědnosti chemických firem působících v České republice a na Ukrajině .....	62
--	----

## **SEZNAM OBRÁZKŮ**

Obr. 1: Vztah mezi CSR reportováním a komunikováním .....	21
Obr. 2: Úroveň CSR reportování ve vybraných zemích světa .....	33