

Osnova

Osnova	3
Úvod	6
1 Vymezení problematiky a cílů monografie	7
1.1 Zaměření monografie	7
1.2 Vymezení výzkumných cílů	8
1.3 Využité metody	8
2 Současný přístup ke konceptu společenské odpovědnosti podnikání (Corporate Social Responsibility)	10
2.1 Definice termínu společenská odpovědnost podnikání	10
2.2 Historická retrospektiva konceptu CSR v USA (anglosaské země)	12
2.3 Milníky ve vývoji konceptu CSR v EU	16
2.3.1 CSR Europe	16
2.3.2 Evropská aliance pro CSR	16
2.3.3 Ostatní významné evropské iniciativy	17
2.4 Teorie společenské odpovědnosti	17
2.4.1 Corporate Social Performance (CSP)	18
2.4.2 Shareholder Value Theory/Fiduciary Capitalism Theory	20
2.4.3 Stakeholderovská teorie	21
2.4.4 Corporate Citizenship	24
2.5 Aktuální stav konceptu společenské odpovědnosti podnikání v ČR	24
2.5.1 Nejdůležitější empirická šetření v ČR	26
3 Alternativní koncepty související s CSR	27
3.1 Firemní filantropie	27
3.1.1 Firemní filantropie z českého pohledu	27
3.2 Triple Bottom Line – koncepce 3P	28
3.3 Sociální marketing a Cause Related Marketing	29
3.4 Trvale udržitelný rozvoj	31
3.5 Společenská vnímavost - CSR2	33
3.5.1 Nové přístupy k CSR	34
4 Základní části konceptu CSR	36
4.1 Tři pilíře CSR	36
4.2 Dimenze CSR	38
5 Měření výkonnosti společenské odpovědnosti podnikání	40
5.1 Měření CSP	40
5.1.1 Současné metody - Indexové a benchmarkingové systémy hodnocení CSR	41
5.1.2 Soutěže a ocenění poskytované v ČR za společensky odpovědné aktivity	42
5.1.3 Vybrané modely využívané pro hodnocení CSR	43
5.2 Případové studie a příklady dobré praxe jako přístup pro měření výkonnosti CSR	46
6 Společensky odpovědné investování	48

6.1	SEE fondy	49
6.2	Role evropské organizace Eurosif	50
7	Významnost konceptu CSR pro MSP	51
7.1	Motivace firmy k uplatnění CSR	51
7.2	Vybrané přínosy konceptu pro MSP	52
7.3	Kritické pohledy na CSR	56
8	Reportování společenské odpovědnosti podnikání	59
8.1	Charakteristika CSR zprávy	59
8.2	Mezinárodní iniciativa Global Reporting Initiative	60
8.2.1	CSR report	61
8.2.2	Principy přípravy zprávy dle GRI	61
8.2.3	Části zprávy	62
9	Vymezení zkoumané oblasti	64
9.1	Charakteristika zkoumaného sektoru MSP	64
9.1.1	MSP pohledem EU	64
9.1.2	Situace MSP v ČR	65
9.2	Vymezení výzkumného úkolu	68
9.2.1	Analýza řešené problematiky – vymezení existujících problémů	68
10	Metodologie výzkumu	70
10.1	Charakter výzkumu	70
10.2	Postup realizace výzkumu	71
10.3	Výběr a identifikace respondentů	72
11	Analýza dat a výsledky výzkumného úkolu	73
11.1	Prezentace dosažených výsledků	73
11.1.1	Prezentace výsledků – demografické údaje	73
11.1.2	Prezentace výsledků – obecný přehled o společensky odpovědných aktivitách	75
11.1.3	Prezentace výsledků – konkrétní aktivity firem v oblasti CSR	78
11.1.4	Prezentace výsledků – motivace firmy pro využívání CSR	89
11.1.5	Prezentace výsledků – přínosy CSR	91
11.1.6	Prezentace výsledků - bariéry CSR	93
11.1.7	Prezentace výsledků – plány do budoucna	98
11.1.8	Prezentace výsledků – závěrečné otázky	100
11.2	Interpretační část vyhodnocení dosažených výsledků výzkumu	102
11.2.1	Sociální pilíř	102
11.2.2	Environmentální pilíř	104
11.2.3	Ekonomický pilíř	105
11.2.4	Shrnutí	106
11.3	Verifikace hypotéz	107
12	Doporučení a opatření	109
12.1	Řízení a implementace CSR v MSP	109
12.2	Počátek přemýšlení MSP o společenské odpovědnosti	110
12.3	Analýza současného stavu CSR ve firmě	111

12.4	Rámec pro implementaci CSR	112
12.5	Nástroje implementace CSR	112
12.5.1	Vybrané významné mezinárodní nástroje	114
12.6	Doporučení	114
	Závěr	120
	Summary	122
	Seznam použitých pramenů a literatury	124
	Seznam zkratek	133
	Seznam tabulek	134
	Seznam grafů	135
	Seznam obrázků	137
	Přílohy	138
	Rejstřík	174