

## RECENZE

na knihu

# SPOLEČENSKÁ ODPOVĚDNOST: OD TEORETICKÝCH KONCEPTŮ K FIREMNÍ IMPLEMENTACI

Autoři knihy: Eliška Stehnová, Eva Fuchsová, Miroslav Barták, Eliška Valinová

**Recenzent: Ing. Vilém Kunz, Ph.D.**

Autoři se ve své knize zabývají společenskou odpovědností podniků. Toto téma považují za velmi aktuální a potřebné a to hned z několika důvodů.

V posledních letech žijeme ve světě rostoucího zájmu o problematiku společenské odpovědnosti, která je podporována nejen ze strany nadnárodních a mezinárodních organizací, Evropské unie, některých vlád, ale i podniků samotných.

Společensky odpovědné podniky při svém fungování usilují nejen o naplnění tradičních ekonomických cílů, ale zároveň i o naplnění sociálních a environmentálních aspektů své činnosti. CSR je moderním konceptem podnikání, který vyjadřuje orientaci podniku na dlouhodobé cíle a zasahuje do všech oblastí působení firmy. Způsob, jakým se podnik chová k okolnímu prostředí a také ke svým stakeholderům, může mít významný vliv na její tržní postavení a finanční výsledky.

Úspěšné firmy ve světě na začátku 21. století nepochybují o nutnosti být společensky odpovědnými a při své každodenní činnosti vyvíjejí celou řadu velmi rozmanitých aktivit, kterými se podílejí na řešení celé řady společenských problémů a zlepšení stavu společnosti.

Vzhledem k tomu, že společenská odpovědnost firem se stává v dnešním podnikatelském světě významným faktorem firemní konkurenceschopnosti je potřebné, aby také podnikatelské subjekty v České republice usilovaly o trvalé zvyšování jejich standardu CSR. Proto nejen v souvislosti se vstupem ČR do Evropské unie, která považuje za zásadní myšlenky tohoto konceptu co nejvíce prosazovat, nabývají otázky spojené s širokou implementací principů CSR také v českém podnikatelském prostředí na důležitosti.

Na předních světových univerzitách jsou studenti na přednáškách i seminářích seznamováni se základními principy společensky odpovědného chování, stejně jako s případovými studii excelentních firem, jež jsou již řadu let mnohostranně aktivní v této oblasti. Velkou pozornost věnuje problematice CSR, zejména od 80. let 20. století i zahraniční literatura (např. A.B. Carroll, M. Friedman, atd). Teprve v posledních letech se začínají v České republice objevovat první publikace věnující se problematice CSR také od českých autorů, které se věnují této problematice (např. Zadražilová, Petříková, Pavlík, Kunz). Domnívám se však, že tyto dosavadní publikace mnohdy řeší problematiku pouze z některých úhlů pohledu (

např. uplatňování CSR ve firemní praxi, podpora CSR v EU, argumenty pro a proti CSR, atd).

I proto jsem přesvědčen, že tato nová může zejména svojí komplexností, ale také například díky dalšímu pohledu na CSR významně obohatit tuto problematiku, včetně jejího dalšího rozvoje v České republice.

Rozsah knihy činí 156 stran, přičemž v knize je možné najít např. i celou řadu schémat, tabulek či obrázků.

Knih je autory rozdělena do osmi částí (kapitol), které se věnují jak základním teoretickým východiskům k problematice CSR, tak např. i celé řadě empirických východisek, včetně uplatňování principů CSR ve firemní praxi zahraničních i českých firem.

V první kapitole autoři přináší hlavní teoretická východiska související s konceptem společenské odpovědnosti korporací. Zabývají se v této části knihy především vymezením a hlavními charakteristikami CSR, jejími základními oblastmi či nejčastějšími argumenty pro a proti konceptu CSR. Za přínosné považují, že v závěrečné podkapitole 1.5 je věnována pozornost i dalším vybraným konceptům souvisejícím s CSR (např. trvale udržitelný rozvoj, firemní občanství, firemní filantropie, atd).

Ve druhé kapitole je pozornost věnována implementaci CSR do firemní praxe, včetně způsobů jejího efektivního měření a hodnocení.

Ve třetí kapitole autoři přibližují zejména hlavní významné iniciativy Evropské unie v oblasti CSR (zejména od 90. let 20. století do současnosti), včetně bližšího představení tzv. Enterprise 2020.

Ve čtvrté kapitole až sedmé kapitole knihy se autoři soustředí na uplatňování společenské odpovědnosti v Turecku, respektive v České republice, včetně vzájemné komparace. Rozdíly v přístupech k CSR v těchto vybraných zemích (na makro i mikro úrovni) dokumentují vhodně autoři, jak analýzou podmínek k rozšiřování CSR v Turecku a v ČR, tak i prostřednictvím několika případových studií vybraných firem dlouhodobě se angažujících se v oblasti CSR (sedmá kapitola), tak i prostřednictvím realizace několika vlastních výzkumných sond (a také analýze již realizovaných výzkumů v této oblasti). Ty byly realizovány nejen mezi vybranými českými a tureckými podniky, ale také i mezi českými a tureckými studenty vysokých škol, u nichž zjišťovaly hlavně jejich postoje ke společenské odpovědnosti korporací.

Osmá kapitola (diskuse) závěr, jsou věnována interpretaci a shrnutí hlavních výsledků a závěrů.

Jsem přesvědčen, že po této knize sáhnou nejen manažeři a podnikatelé, kteří chtějí implementovat CSR do svých firemních strategií či jiným způsobem rozšířit své aktivity v této oblasti, ale například i studenti vysokých škol s ekonomickým zaměřením.

Ing. Vilém Kunz, Ph.D.,

Katedra marketingové komunikace, Fakulta sociálních studií, Vysoká škola finanční a správní, Most, Česká republika