

Klára Kašparová

Faktory  
ovlivňující  
CSR  
reportování

MASARYKOVA UNIVERZITA

Klára Kašparová  
FAKTORY OVLIVŇUJÍCÍ CSR REPORTOVÁNÍ



**muni**  
**PRESS**

Knihu recenzovali:

doc. PhDr. Iveta Šimberová, Ph.D.

Ing. Vilém Kunz, Ph.D.

Klára Kašparová

# Faktory ovlivňující CSR reportování

MASARYKOVA UNIVERZITA  
EKONOMICKO-SPRÁVNÍ FAKULTA

BRNO 2012

Citace: KAŠPAROVÁ, Klára. Faktory ovlivňující CSR reportování. Vyd. 1. Brno : Masarykova univerzita, 2012, 135 s. ISBN 978-80-210-5985-6. DOI 10.5817/CZ.MUNI.M210-5985-2012

Všechna práva vyhrazena. Žádná část této elektronické knihy nesmí být reprodukována nebo šířena v papírové, elektronické či jiné podobě bez předchozího písemného souhlasu vykonavatele majetkových práv k dílu, kterého je možno kontaktovat na adrese – Nakladatelství Masarykovy univerzity, Žerotínovo náměstí 9, 601 77 Brno.

© 2012 Klára Kašparová  
© 2012 Masarykova univerzita  
© 2012 Layout Eva Lufferová

;E4@+) \*Ž\*"#Ž\$#"Ž\*" &(Ž#/a`↑ W, bVXi  
ISBN 978-80-210-5985-6/Td<ahS`ÓhSI TSfi  
DOI 10.5817/CZ.MUNI.M210-5985-2012

# OBSAH

|  |    |
|--|----|
| ÚVOD .....   | 7  |
| 1 REPORTOVÁNÍ O SPOLEČENSKÉ ODPOVĚDNOSTI PODNIKU ...   | 13 |
| 2 TEORIE VYSVĚTLUJÍCÍ MOTIVACI K CSR REPORTOVÁNÍ ..... | 17 |
| 2.1 Legitimacy theory .....                            | 17 |
| 2.2 Stakeholderská teorie .....                        | 19 |
| 2.3 Positive accounting theory .....                   | 21 |
| 2.4 Shrnutí.....                                       | 22 |
| 3 FAKTORY OVLIVŇUJÍCÍ CSR REPORTOVÁNÍ .....            | 25 |
| 3.1 Velikost podniku a jeho viditelnost.....           | 25 |
| 3.2 Vlastnictví a způsob řízení .....                  | 26 |
| 3.3 Potřeba kapitálu .....                             | 27 |
| 3.4 Odvětví.....                                       | 28 |
| 3.5 Standardy .....                                    | 29 |
| 3.6 Konkurenční prostředí.....                         | 30 |
| 3.7 Tlak společnosti, stakeholderů.....                | 31 |
| 3.8 Strach z ohrožení legitimacy.....                  | 31 |
| 3.9 Rutina v reportování.....                          | 32 |
| 3.10 Kultura.....                                      | 32 |
| 3.11 Shrnutí.....                                      | 33 |
| 4 PLÁN VÝZKUMU .....                                   | 35 |
| 4.1 Důvod a význam výzkumu .....                       | 35 |
| 4.2 Teoretický rámec.....                              | 35 |
| 4.3 Formulace cílů výzkumu a výzkumných otázek.....    | 36 |
| 4.4 Omezení vypovídací schopnosti .....                | 45 |

|   |     |
|---|-----|
| 5 ZVOLENÁ METODOLOGIE .....   | 47  |
| 5.1 Použitý typ výzkumu .....   | 47  |
| 5.2 Výzkumný vzorek .....   | 47  |
| 5.2.1 Konečný vzorek podniků .....  | 47  |
| 5.2.2 Výzkumný vzorek VZ .....  | 48  |
| 5.3 Použité metody .....  | 48  |
| 5.4 Způsob sběru a zpracování dat .....   | 49  |
| 6 VÝSLEDKY VÝZKUMU .....  | 51  |
| 6.1 Faktory ovlivňující přístup k začleňování informací nefinančního charakteru do ekonomických reportů .....                             | 51  |
| 6.1.1 Vztah mezi charakteristikami vnitřního prostředí a přístupem k začleňování CSR informací do VZ .....                                | 52  |
| 6.1.2 Vztah mezi charakteristikami vnějšího prostředí a přístupem k začleňování CSR informací do VZ .....                                 | 80  |
| 6.2 Specifika ve výskytu faktorů ovlivňujících přístup k začleňování informací nefinančního charakteru do ekonomických reportů v ČR ..... | 94  |
| 6.3 Shrnutí .....   | 96  |
| ZÁVĚR .....   | 99  |
| SUMMARY .....   | 101 |
| SEZNAM LITERATURY .....   | 103 |
| SEZNAM ZKRATEK .....  | 111 |
| SEZNAM GRAFŮ .....  | 112 |
| SEZNAM OBRÁZKŮ .....  | 113 |
| SEZNAM TABULEK .....  | 114 |
| SEZNAM PŘÍLOH .....   | 115 |
| REJSTŘÍK .....  | 135 |

# ÚVOD

Corporate social responsibility (dále též CSR) je relativně široce vymezená koncepce, která nabízí celou řadu oblastí vhodných pro zkoumání. Předložená kniha se zaměřuje na jednu z nich – **CSR reportování**. To lze definovat jako „proces komunikování sociálních a environmentálních dopadů způsobených hospodářskou činností podniku určitým zájmovým skupinám a společnosti jako celku“ (Gray, R. et al. Corporate Social Reporting: Accounting and Accountability. 1987, dle např. Douglas et al., 2004).

Za tímto výběrem stálo hned několik důvodů. Jedná se o oblast, která se od začátku nového tisíciletí dynamicky rozvíjí. Na rozdíl od obecné koncepce CSR je však – především v zemích tzv. bývalého Východního bloku – ještě méně prozkoumána než samotné CSR, což skýtá možnost posunutí hranic poznání. Důležitost zkoumání tohoto tématu je také dána tím, že je CSR reportování považováno za nástroj k posílení konkurenceschopnosti daného podniku a k zajištění jeho udržitelného fungování.

V minulém roce byla vydána kniha Reportování o společenské odpovědnosti, která soudobé poznatky o CSR reportování blíže představila. Zároveň v ní byly prezentovány výsledky výzkumu pátrající po přístupu podniků k začleňování CSR informací do jednoho typu ekonomických reportů – výročních zpráv. Tato kniha na ni navazuje. Její zaměření bylo dáno zjištěním, že existuje celá řada faktorů, které CSR reportování ovlivňují. Ty jsou často prezentovány jako univerzálně platné, i když se výzkumný vzorek výzkumů, ze kterých vzešly, až na malé výjimky generoval z reportů velkých podniků a to ještě z ekonomicky rozvinutých zemí či z tzv. ekonomických tygrů. Proto se dále prezentovaný výzkum zaměřil na **identifikaci faktorů ovlivňujících přístup k CSR reportování a specifik jejich výskytu** v jedné z postkomunistických zemí, kde je tento typ reportování na samém počátku.

V následující části bude představena struktura knihy. První tři kapitoly uvádějí čtenáře do předmětné problematiky. Následující tři kapitoly pak již přibližují postup a výsledky výzkumu. V dále uvedeném textu bude vždy nejprve představena tematická struktura kapitoly a následně nejpodstatnější zjištění.

V první kapitole je přiblížena nejčastěji využívaná definice **CSR reportování**, kterou zformuloval Gray et al. Následně je pozornost věnována obsahové proměně, kterou nefinanční reporty prošly. Z výzkumů je patrné, že v průběhu let došlo k **odklonu od čistě environmentálních reportů ve prospěch CSR reportů**. V současné době se však tyto reporty začínají postupně **integrovat do výroční zprávy podniků**. Poslední část kapitoly je pak věnována situaci CSR reportování v ČR včetně shrnutí nejpodstatnějších závěrů šetření, na které dále prezentovaný výzkum navazuje. Z dostupných výsledků vyplývá, že CSR



reportování není v ČR zatím příliš rozvinuté a přístup k němu lze charakterizovat jako **tzv. řízení dobrého jména**.

V druhé kapitole jsou představeny **teorie**, kterými je možné **vysvětlit motivaci podniků k nefinančnímu reportování**. Konkrétně se jedná o legitimacy, stakeholderskou a positive accounting theory. Jejich společným znakem je, že se jedná o tzv. **pozitivní teorie**. **CSR reportování** je v nich chápáno jako **nástroj k ovlivnění vnímání** podniku různými skupinami, které ho obklopují. Jejich odlišnosti spočívají v záběru skupin, jejichž interakce s podnikem jsou v daných teoriích předmětem zkoumání a předpokladech, na kterých stojí. Legitimacy a stakeholderská teorie patří mezi tzv. systémově orientované teorie, v důsledku čehož pak nabízejí komplexnější pohled na to, co managery vede k CSR reportování.

Třetí kapitola je věnována **faktorům ovlivňujícím CSR reportování**. Konkrétně byla přiblížena velikost podniku a jeho viditelnost, typ vlastnictví a způsob řízení podniku, potřeba kapitálu, příslušnost podniku k odvětví, standardy související se CSR problematikou, konkurenční prostředí, tlak společnosti či stakeholderů, strach z ohrožení legitimacy, rutina v reportování a kultura prostředí, ve kterém se podnik pohybuje. Z výsledků výzkumů vyplývá, že tyto faktory často na CSR reportování spolupůsobí. Také z nich vyplývá, že některé ovlivňují jak volbu témat tak rozsah a kvalitu reportu, jiné spíše jen jeho rozsah či kvalitu.

Ve čtvrté kapitole je přiblížen **plán** dále popisovaného **výzkumu**. Kapitola je rozdělena na čtyři části. V první je uvedeno zdůvodnění a význam výzkumu. Ve druhé je vymezen jeho teoretický rámec. Ve třetí části jsou identifikovány výzkumné cíle a k nim vztažené výzkumné otázky, které je zužují. Poslední část patří omezením vypovídací schopnosti výzkumu.

Výzkum se zaměřil na oblast CSR reportování, která pro svou novost skýtá vysoký potenciál pro posunutí hranic poznání. Detailnější vymezení jeho záběru bylo ovlivněno zjištěním, že obsah CSR reportu ovlivňuje celá řada **faktorů**. Také však bylo zjištěno, že se výzkumy, které se na jejich identifikaci zaměřovaly, hodnotily reporty velkých podniků z ekonomicky rozvinutých zemí či z tzv. ekonomických tygrů. Nabízí se tedy otázky, zda takto identifikované faktory budou **platné i pro české prostředí**. To je navíc specifické i tím, že je zde CSR reportování na samém začátku vývoje.

**Konceptuální rámec** výzkumu je volen eklekticky. Reportování o CSR tématech je tedy analyzováno z pohledu tří perspektiv – **legitimacy**, stakeholderské teorie a positive accounting theory. Prvně zmíněná však bude dominantní optikou vzhledem k tomu, že je nejčastěji používanou perspektivou pro daný výzkumný záměr.

Výzkumné téma bylo vzhledem k výše uvedenému vymezeno jako faktory ovlivňující přístup k CSR reportování v podmínkách ČR. Vzhledem ke své vyšší míře abstraktnosti bylo následně zúženo dvěma výzkumnými cíly. **První cíl** byl

stanoven jako **Identifikovat faktory ovlivňující přístup podniků k začleňování informací nefinančního charakteru do ekonomických reportů v ČR**. Z výsledků relevantních výzkumů vyplynulo, že se faktory ovlivňující přístup k CSR reportování mohou generovat ze dvou skupin. První skupinu představují charakteristiky, kterými lze popsat podnik (charakteristiky vnitřního prostředí), druhou charakteristiky, kterými je možné popsat prostředí, ve kterém se podnik pohybuje (charakteristiky vnějšího prostředí). Uvedené pak podmínilo formulaci výzkumných otázek, které výzkumný cíl dále operacionalizovaly.

**Druhý výzkumný cíl** byl stanoven jako **Identifikovat specifika ve výskytu faktorů ovlivňujících přístup podniků k začleňování informací nefinančního charakteru do ekonomických reportů v ČR**. I on byl vzhledem ke své relativní míře abstraktnosti operacionalizován výzkumnou otázkou, která zkoumala odlišnost faktorů identifikovaných v této práci od faktorů uváděných zahraničními výzkumy.

V práci je možné identifikovat hned několik podstatných **omezení**. První spočívá ve využívání **pojmu faktor**. Ten je zde používán v přeneseném slova smyslu tak, jak jej běžně užívají zahraniční autoři a organizace věnující se dané problematice. Vzhledem k nemožnosti naplnění všech tří kritérií kauzality jsou vlastně zkoumány jen vztahy mezi dvěma proměnnými. Tímto způsobem je tedy možná pouze identifikace příznaku příčiny, ne však samotné příčiny a důsledku.

Další omezení vyplývá ze samotného **hodnocení přístupu** k začleňování CSR informací. To je hodnoceno ve vybraných hlediscích, které pak vstupují do hodnocení vztahu s jednotlivými charakteristikami prostředí. Navíc nejsou zkoumány všechny vztahy mezi nimi, ale pouze ty, které se dají předpokládat na základě teorie, výsledků výzkumů či analogie k nim.

Omezením je i skutečnost, že výše uvedené vztahy byly hodnoceny jen v obsahu jednoho z možných komunikačních **nosičů** – výroční zprávy. Poslední omezení lze spatřovat v časovém nesouladu ve zdrojích dat. Vzhledem však k tomu, kdy jsou výroční zprávy sestavovány a o jakém období respondenti referovali, se jedná spíše o **vizuální časový nesoulad**, který nebude mít výraznější vliv na získané výsledky.

V **páté kapitole** je představena **zvolená metodologie**. Kapitola je rozdělena do čtyř částí. V první jsou identifikovány typy výzkumu. Jejich výběr byl ovlivněn stanovenými výzkumnými cíly. Ve druhé je charakterizován výzkumný vzorek. Třetí část je věnována určení použitých metod. V poslední části je pak uveden způsob sběru a zpracování dat.

Jak již bylo uvedeno, jsou ve výzkumu sledovány dva výzkumné cíle. Pro jejich naplnění byly zvoleny odlišné typy výzkumu a různé výzkumné metody. Pro **první výzkumný cíl**, jenž se zaměřil na identifikaci faktorů ovlivňujících přístup k začleňování informací nefinančního charakteru do ekonomických reportů, byl zvolen **korelačně-prediktivní typ výzkumu**. Kvůli jeho naplnění

bylo využito **propojení výsledků** dvou metod – **kvantitativní obsahové analýzy a dotazování**. Ačkoliv je propojování výzkumných metod obecně doporučováno z důvodu tvorby tzv. celistvějšího obrazu stavu (Neuendorf, 2002, str. 61), z analýzy sekundárních dat vyplynulo, že se nejedná o příliš obvyklý přístup k řešení dané problematiky. Pro **druhý výzkumný cíl**, jehož snahou je identifikovat specifika ve výskytu faktorů ovlivňujících výše uvedený přístup, byl zvolen **komparativní typ výzkumu**. Jako vhodné metody k naplnění tohoto cíle byly stanoveny **obecné výzkumné metody**.

V dále popisovaném výzkumu se pracuje se **dvěma výběrovými soubory**. Ty jsou tvořeny výročními zprávami (výzkumný vzorek VZ) a podniky z vybraných typů odvětví (konečný vzorek podniků). Konečný vzorek podniků se generoval z výběrového souboru první vlny sběru dat dotazníkového šetření, které bylo součástí výzkumných aktivit Centra výzkumu konkurenční schopnosti české ekonomiky. Tvoří jej **104 akciových společností ze zpracovatelského průmyslu a stavebnictví**. Výzkumný vzorek VZ je tvořen **výročními zprávami** těchto 104 akciových společností.

Výroční zprávy byly primárně hledány v Obchodním rejstříku na oficiálním serveru českého soudnictví Justice.cz. Pokud zde nebyly nalezeny, byl jejich výskyt zjišťován na webových stránkách podniků. Informace o charakteristikách podniků byly získány z výsledků dotazování zástupců podniků a z databáze Albertina Data. Pro zpracování dat bylo použito kombinace programů MS Excel a SPSS.

Šestá kapitola je věnována výsledkům provedeného výzkumu. Skládá se ze dvou tematických částí vymezených výzkumnými cíli práce. V první části jsou identifikovány potenciální faktory ovlivňující přístup podniků k začleňování informací nefinančního charakteru do ekonomických reportů. Jejich vliv je zkoumán ve třech hlediscích přístupu.<sup>1</sup> Druhá část se zaměřovala na identifikaci specifík ve výskytu potenciálních faktorů ovlivňujících tento přístup.

Jak již bylo uvedeno, faktory ovlivňující daný přístup se mohly generovat ze dvou skupin – vnitřního a vnějšího prostředí podniku. Z výzkumu vyplývá, že ze sledovaných **charakteristik vnitřního prostředí** mají na přístup k začleňování informací nefinančního charakteru větší vliv jen tři – **míra souběhu vlastnictví a řízení, velikost podniku a původ vlastníka**. Nejvýznamněji však působí prvně uvedená. Všechny tyto charakteristiky způsobují rozdíly v reportování mezi sledovanými skupinami podniků **především** v prvním hledisku přístupu a to jen

<sup>1</sup> V předchozím výzkumu, na který zde prezentovaný výzkum navazuje, byl přístup hodnocen ze čtyř hledisek. Z jeho výsledků však vyplynulo, že podniky, které referují o CSR tématech systematicky, jsou ve vzorku velice řídké zastoupeny (Kašparová, 2011, str. 110). V důsledku uvedeného pak nebylo možné využít získaná data o tomto hledisku pro další statistické testy, které vyžadují určitý počet případů. Právě tato skutečnost byla důvodem jeho vynechání v dále prezentovaném výzkumu.

v jedné z jeho částí – **volbě CSR témat**. U ostatních hledisek je jejich vliv velmi malý až zanedbatelný. Částečně překvapivým zjištěním je slabý vliv příslušnosti podniku k odvětví. Ze sledovaných **charakteristik vnějšího prostředí** má větší vliv jen jedna z nich – **míra ocenění jména podniku**. Tato charakteristika však způsobuje rozdíly v reportování opětovně především v prvním hledisku přístupu a to jen v jedné z jeho částí – **volbě CSR témat**. U ostatních hledisek je její vliv již velmi malý.

Ze srovnání výše uvedených potenciálních faktorů ovlivňujících přístup k začleňování CSR informací do výročních zpráv s faktory, které uvádějí jiné, zahraniční, výzkumy, nevyplývalo, že by se některý z nich odlišoval. **Není tudíž dostatek evidence pro předpoklad, že existují regionální specifika ve výskytu faktorů** ovlivňujících přístup k CSR reportování. Ze srovnání výsledků tohoto výzkumu s nejčastěji uváděnými faktory ovlivňujícími CSR reportování dále vyplývá, že se v realizovaném výzkumu některé často zmiňované faktory neprojevily, nebo nebyl jejich projev příliš výrazný. Konkrétně se jednalo o faktory odvětví, přihlášení se a dodržování standardů určité organizace, tlak ze strany stakeholderů a existence silné koncentrované konkurence. U dvou posledně zmíněných je však možné, že jejich vliv byl zkreslen tím, že nebyla vyšetřována stejná charakteristika, ale pouze jí obsahově podobná. Zároveň při jejich hodnocení bylo vycházeno z výpovědí respondentů, které se mohly z různých důvodů odlišovat od reality.



# 1 REPORTOVÁNÍ O SPOLEČENSKÉ ODPOVĚDNOSTI PODNIKU

V důsledku různých skandálů a krizí začíná v posledním desetiletí narůstat poptávka různých skupin stakeholderů po vyšší transparentnosti podniků. To vede jejich představitele k uvědomění si, že způsob, forma a obsah odezvy podniku může vážně ovlivnit jeho dlouhodobou existenci (KPMG, 2008b, str. 8 a 10). Uvedené pak přispívá, jak potvrzují výsledky řady výzkumů (Knox et al., 2005, str. 7, Context, 2006, str. 11, KPMG, 2008a, str. 14 a 16, CR, 2009, str. 6), ke zvýšenému zájmu o reportování o CSR aktivitách.

Na rozdíl od obecné koncepce CSR panuje při vymezení **CSR reportování** mezi autory shoda. Většina z nich vychází z definice Graye et al., kteří jej definovali jako „**proces komunikování sociálních a environmentálních dopadů způsobených hospodářskou činností podniku určitým zájmovým skupinám a společnosti jako celku**“ (Gray, R. et al. Corporate Social Reporting: Accounting and Accountability. 1987, dle např. Douglas et al., 2004, str. 389 či Branco a Rodrigues, 2006, str. 233, Siregar a Bachtiar, 2010, str. 243, Oeyono, J. et al., 2011, str. 102). I přes relativní jednotnost v chápání CSR reportování však není jeho využívání, alespoň v postkomunistických zemích, příliš probádané. To je také důvodem, proč se dále prezentovaný výzkum zaměřuje právě na tuto oblast.

Výše uvedená definice CSR reportování vychází z legitimacy a stakeholderské teorie – blíže viz kapitola 1. Obě dvě nahlíží na CSR reportování jako na prostředek, skrze který manažeři ovlivňují externí vnímání podniku (Hooghiemstra, 2000, str. 57, Deegan, 2002, str. 292). Skrze něj se snaží o zachování tzv. práva podnikat (Islam a Deegan, 2008, str. 853), resp. o udržení dobrých vztahů s relevantními typy stakeholderů (Gray et al., 1995, str. 53, Deegan, 2002, str. 295).

To je pak zřejmě důvodem, proč se řada autorů a zástupců institucí domnívá, že skrze reportování podnik snáze získává výhody plynoucí z realizace CSR aktivit a zajišťuje si tak bezproblémové podnikání (Hooghiemstra, 2000, KOM, 2002, Graafland et al., 2002, KPMG, 2008b, Steinerová et al., 2008, Bartels et al., 2008). V důsledku uvedeného pak na něj autoři nahlízejí jako na významný nástroj k zajištění udržitelného fungování podniku a jeho konkurenceschopnosti.

Nefinančnímu reportování se podniky systematictěji věnují posledních 30 let (EIRIS, 2007, str. 6). Výraznější nárůst jeho objemu se však začíná datovat až od nového tisíciletí (Knox et al., 2005, Context, 2006, KPMG, 2008a, CR, 2009). Z výsledků výzkumů je patrné, že postupně došlo k odklonu od čistě environmentálních reportů ve prospěch CSR reportů (EIRIS, 2007, str. 6, CR, 2009, str. 5). V současné době se zase objevuje snaha o postupné omezování vydávání těchto reportů a začleňování CSR informací přímo do výročních zpráv

podniků (KPMG, 2008a, str. 17, CR, 2009, str. 3). Volbu témat uvnitř oblastí CSR však ovlivňuje celá řada faktorů. Srovnání výsledků jednotlivých výzkumů však komplikuje odlišná použitá metodika, odlišný výzkumný vzorek a odlišné časové období, ve kterém byly výzkumy realizovány. Díky tomu pak na proti sobě mnohdy stojí tvrzení, která se navzájem vylučují.

Z výsledků dostupných výzkumů za **Českou republiku** vyplývá, že společenská odpovědnost není obecně pro české podniky prioritou, což způsobuje mj. i **malý důraz kladený na reportování** o ní (Čaník a Čaníková, 2006, Hřebíček a Kokrment, 2006, KPMG, 2008a). Na druhé straně se podniky, které již CSR reporty vydávají, ve svých charakteristikách příliš **neodlišují od svých zahraničních kolegů** (Kašparová a Škapa, 2007, KPMG, 2008a, Vávra a Šarochová, 2008). Z šetření, na které v této knize dále popisovaný výzkum navazuje, bylo zjištěno hned několik zjištění ohledně **přístupu podniků k začleňování CSR informací do výročních zpráv** – bližze viz Kašparová, 2011. Ten byl hodnocen ze čtyř hledisek:

- volby a rozsahu poskytovaných informací,
- kvality poskytovaných informací,
- systematickosti při referování o CSR a
- snahy o podporu zpětné vazby.

Ze srovnání výskytu nejčastěji uváděných témat s tím, co požaduje Zákon o účetnictví, lze konstatovat, že jsou jeho požadavky na informování plně respektovány v oblasti ekonomické a environmentální, v **sociální oblasti** je však možné nalézt určité **rezervy**. Z analýzy také vyplývá, že **informování o CSR tématech** ve VZ **není dáno jen zákonnou povinností**, ale i jinými důvody. Uvedené podporuje i zjištění, že k nejméně rozpracovaným tématům nepatří vždy ta, která jsou vyžadována legislativou. **Rozsah** věnovaný CSR tématům **není příliš široký** – typicky nepřekročí jeden odstavec.

**Kvalita**, ve které podniky informují o CSR tématech, **není v souhrnu příliš vysoká**. Výsledky šetření poukazují na skutečnost, že hloubka poskytované informace o jednotlivých CSR tématech není rozsáhlá. Zároveň podporují tezi o souvislosti hloubky rozpracování tématu s rutinou o jeho reportování a o kvalitativním informování především o pozitivních skutečnostech. Na druhé straně je z výročních zpráv patrné silné úsilí o dodání důvěryhodnosti prezentovaných informací skrze informování o jejich ověření třetí nezávislou stranou, které jde nad rámec zákonných povinností.

Výsledky předchozího také naznačují **nesystematický přístup ke tvorbě** výročních zpráv. Jen velmi málo výročních zpráv, které obsahovaly CSR témata ve svém úvodu, o nich referovalo také v tzv. těle výroční zprávy. Vysvětlení, že obsah těla výroční zprávy je oproti úvodu relativně rigidní a tudíž „inovační“ počiny, jako je reportování o CSR tématech, je snadnější zařadit do úvodu než do těla výroční zprávy, není možné přijmout. Dále bylo zjištěno, že i v případě, kdy

se CSR témata objevovala jak v úvodu tak těle výroční zprávy, nebyla v těle zprávy nejčastěji dále rozvíjena.

Z provedeného šetření také vyplývá, že **poskytnuté informace aktivně nepodporují zpětnou vazbu**. Na druhé straně je z něj patrné, že se informace o kontaktních údajích nacházejí ve všech sledovaných částech výroční zprávy a to i přes skutečnost, že z hlediska legislativy mají tvůrci výroční zprávy povinnost o nich informovat jen v účetní závěrce a v její příloze. Poskytování informací o tom, kdo vše je odpovědný za výroční zprávu, je však málo zastoupené stejně jako výskyt informací o vymezení odpovědnosti za jednotlivé části výroční zprávy.

Na základě výše uvedeného lze s využitím typologie KPMG **přístup** podniků k začleňování CSR informací do výročních zpráv v České republice charakterizovat jako tzv. **řízení dobrého jména** (KPMG, 2008b). Tento typ označuje první úroveň na pomyslném žebříčku vývoje obsahu reportů, kdy podnik ve vydávání reportu nespátřuje vůbec žádnou nebo jen velmi malou hodnotu nejen pro sebe samého, ale také pro své stakeholdery. Někdy je tento přístup vzhledem k tomu, jak je obsah reportu koncipován, označován za tzv. obecné reportování.





## 2 TEORIE VYSVĚTLUJÍCÍ MOTIVACI K CSR REPORTOVÁNÍ

Pro vysvětlení motivace podniků k nefinančnímu reportování je využíváno celé řady různých teorií (Hibbitt, 2004, str. 110, Cormier et al., 2005, str. 6, Reverte, 2009, str. 352, Tagesson et al., 2009, str. 353, Setyorini a Ishak, 2012, str. 153). Tato skutečnost může být jak odrazem vágnosti samotného pojmu společenská odpovědnost tak krátkým časovým úsekem, ve kterém je CSR reportování zatím zkoumáno. Zdá se však, že si nejlépe ve vysvětlení motivace vedou hned dvě teorie – **legitimacy theory**<sup>2</sup> a **stakeholderská teorie** (Gray et al., 1995, str. 52, Islam a Deegan, 2008, str. 853 a 855, Reverte, 2009, str. 353, Tagesson et al., 2009, str. 353). Vedle nich bývá relativně často též zmiňována **positive accounting theory**<sup>3</sup> (Hibbitt, 2004, Cormier et al., 2005, Reverte, 2009, Setyorini a Ishak, 2012). V následující části kapitoly budou tyto tři teorie postupně představeny. Na jejich základě pak bude možné identifikovat faktory, které CSR reportování ovlivňují.

### 2.1 Legitimacy theory

Legitimacy theory patří mezi tzv. **systémově orientované teorie**, které předpokládají, že „je podnik ovlivňován společností, ve které působí a zároveň ji sám ovlivňuje“ (Deegan, 2002, str. 292, vlastní překlad). Gray et al. ji zase společně se stakeholderskou teorií zařazují do skupiny společenských a politických teorií (Gray et al., 1995, str. 52), jež dle nich nejlépe vysvětlují, proč podniky dobrovolně reportují o svých společenských a environmentálních aktivitách. Deegan dále upozorňuje na skutečnost, že se jedná o **pozitivní, deskriptivní, teorii** (Deegan, 2006, str. 10). Ta je charakteristická tím, že se snaží popsat realitu a předpovědět určitý jev bez hodnotících soudů. Čini tak na základě hypotéz, které ověřuje pomocí empirického výzkumu (Hibbitt, 2004, str. 112, Deegan, 2006, str. 10).

Legitimacy theory je založena na předpokladu, že podniku může být společností odebráno právo v ní působit, pokud poruší tzv. **společenskou smlouvu** (Deegan, 2002, str. 293, Reverte, 2009, str. 353). V důsledku toho se tedy snaží, aby byl společností vnímán jako ten, který v ní podniká v souladu s jejími normami a ve vytyčených hranicích. Díky tomu pak získává, příp. si udržuje, oprávnění v ní i nadále existovat (Islam a Deegan, 2008, str. 853) a vyvaruje se případným sankcím ze strany společnosti. Těmi může být např. snížení poptávky po jeho

<sup>2</sup> Vzhledem k tomu, že autorce není znám oficiální překlad, ponechává název v původním jazyce.

<sup>3</sup> Jelikož i zde není autorce znám oficiální překlad, ponechává název opětovně v původním jazyce.

produktech, zastavení přílivu finančního kapitálu, uvalení vyšších daní, pokut či zpřísnění legislativy regulující jeho aktivity (Deegan, 2002, str. 293).

Situace, kdy dochází k neshodě mezi chováním podniku a očekáváním společnosti, je v literatuře označována jako tzv. **legitimacy gap** (Brown a Deegan, 1998, Deegan, 2002, Hibbitt, 2004, van der Laan, 2009). K nesouladu může dojít jak, když podnik mění své chování, tak i tehdy, když ho nemění (Hibbitt, 2004, str. 265). Tato skutečnost je způsobena proměnlivostí hranic a norem společnosti v čase i místě (Brown a Deegan, 1998, str. 22, Islam a Deegan, 2008, str. 853, van der Laan, 2009, str. 19). Reakce podniku na vzniklou mezeru je dána tím, zda vůbec a jak vyhodnotí ohrožení své legitimacy.

Lindblom identifikoval hned čtyři možné **strategie**, které podnik při pociťovaném ohrožení vlastní legitimacy může zaujmout. Jsou jimi (Deegan, 2002, str. 297):

- **interní adaptace** – jejím cílem je vzdělat a informovat společnost o změnách ve výkonnosti podniku a jeho aktivitách. Příkladem výsledku této strategie může být např. informování o výměně starého zařízení za nové s výrazně lepšími ekologickými parametry (Hibbitt, 2004, str. 267);
- **změny v externím očekáváníí** – v rámci této strategie není v podniku prováděna interní změna, jelikož je vyhodnocena jako ne nezbytně nutná či ekonomická. Místo toho se podnik snaží vysvětlit i částečně manipulačními technikami relevantním veřejnostem, že je jejich očekáváníí nerealistické nebo nesprávné. Příkladem tohoto snažení může být zveřejňování edukačních materiálů referujících o vhodnosti používaných metod, investicích do zařízení s nižší dopadem na životní prostředí. Dalším příkladem mohou být informace o benefitech plynoucích relevantním veřejnostem z působení podniku v jejich okolí. Dle Hibbitta sem však spadají i zmínky o možném ukončení působení podniku v dané lokalitě v případě jeho zatěžování dalšími zbytečnými náklady a informace o dopadech tohoto kroku na místní ekonomiku (Hibbitt, 2004, str. 267);
- **změny v externím vnímání** – při užití této strategie se podnik nesnaží ani o interní změnu ani o změnu v očekáváníí společnosti. Místo toho se soustředí na přesvědčovací techniky, jejichž cílem je vyličení podniku pouze v pozitivním světle (Hibbitt, 2004, str. 268);
- **manipulace externího vnímání** – tato strategie se velmi podobá předchozí, jde však v manipulaci ještě o krok dále. Kromě uvedeného je jejím cílem záměrné převádění pozornosti veřejnosti od, pro podnik palčivých, problémů k jiným tématům, kde se mu vede relativně dobře. Charakteristickým znakem pro komunikaci v rámci této strategie je využívání emotivních symbolů.

Jelikož všechny výše uvedené strategie pracují se změnou v očekáváníí či vnímání, jsou velmi silně svázány s komunikováním vybraných informací, tedy s reportováním. Avšak až na první, a částečně i druhou, strategii pracují s určitou

mírou manipulace, která vede k nevyváženému reportování. Nad rámec zmíněných uvádí Hibbitt jako pátou legitimní strategii **vyhýbání se** (Hibbitt, 2004, str. 267). Tato strategie spočívá v rozhodnutí záměrně se vyhnout diskusi o vybraném tématu, události či aktivitě a dobrovolně o nich neinformovat. Důvodem tohoto rozhodnutí bývá často obava z přitažení nechtěné pozornosti a v důsledku toho ohrožení legitimacy působení podniku ve společnosti (Hibbitt, 2004, str. 267). Jak však Hibbitt upozorňuje, v podnikové praxi bývají popsané strategie často různě kombinovány. Přesto byly Lindblomem identifikovány tři faktory, které poskytují alespoň částečnou oporu při predikci volby konkrétní strategie, pokud je podnik vystaven určitému problému. Jsou jimi (Hibbitt, 2004, str. 269):

- míra, do jaké problém ovlivňuje zájmy podniku jako celku,
- míra, do jaké se problém projevuje v odvětví či na vládní úrovni a
- míra, do jaké poptávka představuje zájem všech relevantních veřejností.

Shrneme-li vše výše uvedené, lze konstatovat, že legitimacy theory nahlíží na CSR reportování jako na prostředek, skrze který manažeři ovlivňují externí vnímání podniku. Zveřejňování informací lze tedy chápat jako odpověď na vnímané ohrožení legitimacy působení podniku ve společnosti či přímo na vznik legitimacy gap. S pomocí legitimacy theory lze však i vysvětlit, proč některé podniky nereportují. Na základě výše zmíněného je evidentní, že první možnost vysvětlení spočívá v záměrném výběru strategie vyhýbání se podnikem. Van der Laanová však přichází s dalším vysvětlením. Dle ní podnik nereportuje, když společnost vnímá podnik tak, jak on chce. V tu chvíli pak nenastává ani ohrožení legitimacy působení podniku ani legitimacy gap a proto podnik nemá k reportování motivaci (van der Laan, 2009, str. 22).

## 2.2 Stakeholderská teorie

Stakeholderská teorie patří podobně jako legitimacy theory mezi tzv. **systémově orientované teorie**. Stejně tak ji lze zařadit i do skupiny společenských a politických teorií. Je založena na předpokladu, že prostředí, které podnik obklopuje, je tvořeno různými skupinami, které mají rozličné, často konfliktní, názory na to, jak by se měl podnik v daném prostředí chovat a mají také různou sílu jak daný podnik a jeho aktivity ovlivňovat (Mitchell et al., 1997, str. 857 a 878, Deegan, 2002, str. 295). Tyto skupiny jsou pak označovány jako stakeholdeři.

Ačkoliv Freeman, který je často považován za otce této teorie, pojem stakeholder nezavedl<sup>4</sup>, patří jeho definice **stakeholdera** k nejpoužívanějším. Vymezuje jej jako skupinu nebo jednotlivce, kteří mohou ovlivňovat, nebo jsou ovlivňováni rozhodnutími a aktivitami, které podnik vyvíjí pro dosažení svých

<sup>4</sup> Uvádí se, že byl poprvé tento termín použit v roce 1963 v interní zprávě Stanfordského výzkumného institutu. Označoval skupiny, bez jejichž podpory by podnik přestal existovat (Friedman a Miles, 2009, str. 4-5).

záměrů (Freeman, 2004, str. 229). Podniky však nevěnují všem stakeholderům stejnou míru pozornosti. Ta je odvislá např. od:

- stupně kontroly, kterou má daný stakeholder nad zdrojem, který je pro fungování podniku nezbytný (Ullmann, 1985, str. 552),
- kombinace naléhavosti požadavku stakeholdera a jeho moci a legitimacy (Mitchell et al., 1997, str. 866–7) či
- fáze životního cyklu podniku (Jawahar a McLaughlin, 2001, str. 397).

Jak Donaldson a Preston tak Deegan upozorňují na skutečnost, že lze ke stakeholderské teorii přistupovat z různých úhlů pohledu. Ty pak určují hlavní záběr daného směru a tím i možnosti využití teorie. Všichni tři se shodují, že prvním z nich je tzv. **etická (normativní) větev** stakeholderské teorie (Deegan, 2002, str. 294, Donaldson a Preston, 1995, str. 71). Ti, kteří spadají do tohoto proudu, se snaží pomocí stakeholderské teorie vysvětlit význam podniku a vytvořit morální doporučení, jak by se manažeři podniku měli chovat a jak by měl být podnik řízen (Donaldson a Preston, 1995, str. 71).

Při formulaci dalších směrů však Donaldson a Preston využívají jemnějšího členění než Deegan. Rozlišují mezi tzv. instrumentální a deskriptivní teorií. Deskriptivní, empirická, stakeholderská teorie se snaží popsat a někdy i vysvětlit určité charakteristiky podniku a chování jeho představitelů (Donaldson a Preston, 1995, str. 70). Instrumentální se zase snaží identifikovat, zda má využívání stakeholder managementu vliv na dosahování tradičních podnikových cílů (Donaldson a Preston, 1995, str. 71). Jelikož se oba tyto proudy snaží popsat, příp. vysvětlit chování managerů a využívají k tomu empirického výzkumu, je možné je chápat jako určité podsměry **managerské (pozitivní) větve** stakeholderské teorie v členění Deegana (Deegan, 2002, str. 294). Právě kvůli své schopnosti vysvětlit pozorované chování bývá tato větev stakeholderské teorie nejčastěji používána pro zkoumání motivace zástupců podniku k CSR reportování (Hibbitt, 2004, str. 208, Islam a Deegan, 2008, str. 855).

Na CSR reportování tato větev stakeholderské teorie nahlíží jako na část budování a udržování dialogu mezi podnikem a jeho stakeholdery (Gray et al., 1995, str. 53, Islam a Deegan, 2008, str. 855). Informace jsou prezentovány tak, aby podniku zajistily přízeň stakeholdera, či odvrátili jeho odpor nebo nesouhlas s některými aktivitami podniku (van der Laan, 2009, str. 18). Pokud má být uvedené naplněno, je jasné, že reportování nemůže být generické. Proto podniky před započítím zveřejňování informací nejprve provádějí identifikaci důležitosti jednotlivých stakeholderských skupin dle různých kritérií. Konečným důsledkem pak tedy je, že k jednotlivým skupinám stakeholderů směřuje různá míra reportování (Hibbitt, 2004, str. 237).

Z výše uvedeného těž vyplývá, že reportování neslouží čistě jen pro účely informování (Hibbitt, 2004, str. 237). Vzhledem k tomu, že prezentované informace využívá podnik pro získání souhlasu, příp. pro odstranění nesouhlasu

s jeho činností, se zveřejňují určité informace spíše pro strategické účely než kvůli vnímané odpovědnosti (Deegan, 2002, str. 295). Reportování lze tedy chápat jako nástroj pro získání či udržení podpory určitých skupin a budování image (Cormier et al., 2005, str. 7, Islam a Deegan, 2008, str. 855).

## 2.3 Positive accounting theory

Na rozdíl od dvou předchozích je positive accounting theory Grayem et al. řazena pod skupinu **ekonomických teorií** (Gray et al., 1995, str. 51). Společně s výše uvedenými se však snaží na základě výsledků realizovaných výzkumů popsat realitu, přinést vysvětlení sledovaných jevů a předpovědět chování zkoumané jednotky. Nemá však ambici hodnotit efektivitu popisovaných či očekávaných řešení. Zároveň nespěje k žádným morálním soudům. Na základě uvedeného je možné ji také považovat za **pozitivní teorii** (Deegan, 2006, str. 10 a 19, Setyorini a Ishak, 2012, str. 153).

Positive accounting theory (dále též PAT) se primárně zaměřuje na popis, vysvětlení a předpověď volby konkrétní účetní metody managery podniku. Předpokládá, že se rozhodují racionálně a vykazují oportunistické chování (Deegan, 2006, str. 10). Je založena na hypotézách o (Watts a Zimmermann, 1990, str. 139):

- bonusovém plánu,
- poměru dluhu k vlastnímu kapitálu a
- politických nákladech.

V rámci PAT se počítá s tím, že jsou manažeři odměňováni na základě **bonusového plánu**. To znamená, že je jejich odměna svázána s vykazovaným ziskem. Za předpokladu oportunistického chování budou manažeři volit ty účetní metody, které zvyšují zisk v současném období (Setyorini a Ishak, 2012, str. 154). Díky tomuto opatření si totiž zvyšují šanci na získání vyšší odměny. Watts a Zimmermann však upozorňují na situaci, kdy uvedené nemusí platit, aniž by tím byla ohrožena vypovídací schopnost PAT. Nastává tehdy, kdy se výše zisku nachází pod požadovanou úroveň pro vyplacení bonusů. V tomto okamžiku tedy volí manažeři takové účetní metody, které přesouvají zisk ze současného do budoucího období. Je tomu tak proto, že v současném období by vykázaný zisk stejně nevedl k získání bonusu (Watts a Zimmermann, 1990, str. 139).

Hypotéza o **poměru dluhu k vlastnímu kapitálu** předpokládá, že čím vyšší je poměr (tj. zadlužení), tím pravděpodobněji budou manažeři volit ty účetní metody, které zvyšují zisk v současném období (Setyorini a Ishak, 2012, str. 155). Dle Hibbitta je toto chování důsledkem snahy managerů vyhnout se nedodržení podmínek zakotvených ve smlouvách o úvěru a z toho plynoucích sankcí, které by následně mohly ohrozit i jejich bohatství (Hibbitt, 2004, str. 187). Se vzrůstajícím zadlužením podniku roste též monitoring aktivit a postupů ze strany

vlastníků a věřitelů. Na uvedené reagují manažeři tak, že zvyšují úroveň dobrovolného zveřejňování informací. Skrytým motivem tohoto počínání je snaha o snížení vnímané rizikovosti investování do podniku, který řídí (Setyorini a Ishak, 2012, str. 155).

Oproti výše uvedeným hypotéza o **politických nákladech** předpokládá, že manažeři velkých podniků budou pravděpodobně častěji než podniky malé volit takové účetní metody, které snižují zisk v současném období (Watts a Zimmermann, 1990, str. 139). Smyslem tohoto chování je snaha o snížení viditelnosti podniku a vyhnutí se tak případným intervencím ze strany politiků v neprospěch podniku (Setyorini a Ishak, 2012, str. 156). Ty by totiž následně měly negativní vliv na výši bohatství managerů. Úsilí o snížení rizika intervence je pak motivuje k dobrovolnému reportování o CSR aktivitách (Hibbitt, 2004, str. 184).

Z výše uvedeného vyplývá, že v rámci PAT je CSR reportování chápáno jako nástroj k ochraně současného i budoucího bohatství managerů. Jelikož lze s jeho využitím získat image transparentního podniku a tudíž méně rizikového subjektu pro investování, je mu také přisuzována schopnost snižovat náklady na cizí kapitál (Setyorini a Ishak, 2012, str. 155). Jeho objem roste s postupným zadlužováním podniku a rizikem intervence ze strany politiků (Setyorini a Ishak, 2012, str. 155–6).

## 2.4 Shrnutí

Společným znakem výše popisovaných teorií je, že se jedná o tzv. pozitivní teorie. Lze je tedy využít k vysvětlení motivace managerů k CSR reportování. To je v nich chápáno jako nástroj k ovlivnění vnímání podniku různými skupinami, které ho obklopují. Záběr skupin, jejichž interakce s podnikem jsou v daných teoriích předmětem zkoumání, je různý. Nejširší záběr poskytuje legitimacy theory (podnik-společnost), nejužší positive accounting theory (podnik-poskytovatelé finančních zdrojů). Odlišný je také cíl nasazení CSR reportování. Zatímco u stakeholderské a legitimacy theory jde o zajištění dlouhodobé existence podniku, v positive accounting theory se jedná o maximalizaci bohatství managerů.

Další odlišnosti se nacházejí v předpokladech, na kterých teorie stojí. Positive accounting theory vychází z toho, že se jedinci chovají racionálně, jejich aktivity jsou motivovány vlastním zájmem a působí v prostředí efektivních kapitálových trhů (Deegan, 2006, Reverte, 2009). Naopak legitimacy a stakeholderská teorie to takto striktně nevidí. Oproti positive accounting theory vycházejí ze skutečnosti, že je podnik součástí většího systému a ten na něj nějak působí. V důsledku uvedeného poskytují komplexnější pohled na to, co managery vede k CSR reportování.

Většinou se má za to, že rozdíl mezi legitimacy a stakeholderskou teorií spočívá v míře abstrakce vysvětlení daného jevu. Přesto lze díky základnímu předpokladu, na kterém teorie stojí, identifikovat i další odlišnost. Stakeholderská teorie vychází z toho, že podnik vstupuje při své činnosti do interakce s různě silnými stakeholdery, kteří mají odlišnou míru vlivu na jeho fungování. Pro zachování existence podniku jeho management identifikuje důležitost jednotlivých stakeholderů a požadavky nejdůležitějších se snaží primárně uspokojovat. Legitimacy theory však upozorňuje na skutečnost, že některá ohrožení existence podniku mohou vznikat i mimo vazby, které popisuje stakeholderská teorie. Proto se soustředí na obecnější vazbu podnik-společnost a zabývá se tím, jak management identifikuje, vyhodnocuje a odpovídá na změny v hodnotách a očekávání společnosti. Z pohledu stakeholderské teorie tedy hraje podnik spíše proaktivní roli, zatímco v legitimacy theory se chová spíše reaktivně (Hibbitt, 2004, str. 259).





## 3 FAKTORY OVLIVŇUJÍCÍ CSR REPORTOVÁNÍ

V této kapitole budou představeny faktory ovlivňující CSR reportování. Při jejich bližším popisu budou také identifikovány teorie, pomocí kterých je možné jejich působení vysvětlit. I přes níže uvedený relativně dlouhý výčet faktorů je třeba upozornit na skutečnosti, že se nejedná o výčet úplný.

### 3.1 Velikost podniku a jeho viditelnost

Jedním z nejčastěji uváděných faktorů ovlivňujícím množství poskytovaných CSR informací je **velikost podniku** (viz např. Graafland et al., 2002, KOM, 2002, Douglas et al., 2004, Gray, 2005, CR, 2009 či Gamerschlang et al., 2011). Obecně se předpokládá, že aktivity větších podniků ovlivňují větší počet stakeholderů. V důsledku toho jsou pak tyto podniky a jejich aktivity zajímavější pro média, různé nátlakové skupiny či politiky.

Referováním o nich či vyvinutí určitých postupů vůči nim totiž může daným typům stakeholderů pomoci v dosahování svých vlastních zájmů a cílů (Tagesson et al., 2009, str. 354, Reverte, 2009, str. 354, Gamerschlang et al., 2011, str. 237). Uvedené pak působí na zvyšování viditelnosti těchto podniků, což se zpětně odráží ve výši zájmu stakeholderských skupin o jejich existenci a aktivitách. To je také důvodem, proč je často souběžně s faktorem velikosti podniku uváděna i jeho **viditelnost** (Hackston a Milne, 1996, str. 86, Hibbitt, 2004, str. 284, Reverte, 2009, str. 354, Gamerschlang et al., 2011, str. 237).<sup>5</sup>

Vliv uvedených faktorů na chování podniku je možné vysvětlit pomocí teorií uvedených v předchozí kapitole. Všechny dospívají na základě výsledků empirických výzkumů ke konstatování, že větší podniky, které jsou často více viditelné, reportují o svých CSR aktivitách více (viz např. Hackston a Milne, 1996, str. 85, Knox et al., 2005, str. 17, EIRIS, 2007, str. 7, Branco a Rodrigues, 2008, str. 698, Tagesson et al., 2009, str. 354, Reverte, 2009, str. 359, Gamerschlang et al., 2011, str. 248 a 256). Toto chování je vysvětlováno snahou podniku o snížení rizika intervence či snahou o snížení politických nákladů a vyhnutí se regulacím (Hibbitt, 2004, str. 184, Tagesson et al., 2009, str. 354, Reverte, 2009, str. 354). Je však třeba upozornit na skutečnost, že jak velikost tak viditelnost je často ještě provázána s dalšími níže uvedenými faktory.

---

<sup>5</sup> Nejčastěji je měřena počtem článků, které za určité období o podniku a jeho aktivitách vyšly (Branco a Rodrigues, 2008, str. 698, Gamerschlang et al., 2011, str. 237).

### 3.2 Vlastnictví a způsob řízení

Za další faktor ovlivňující CSR reportování je považováno **oddělení funkce řízení od vlastnictví** (viz např. Abbott a Monsen, 1979, CCC, 2000, Cormier et al., 2005, Hibbitt, 2004, Reverte, 2009, Tagesson et al., 2009, Said et al., 2009 či Gamerschlang et al., 2011). Ačkoliv oddělení funkcí přináší celou řadu nesporných výhod, může v jeho důsledku vzniknout tzv. **problém pána a správce** (Holman, 2011, str. 361). Ten označuje situaci, kdy manažeři podniku sledují při jeho řízení spíše své vlastní zájmy než zájmy vlastníka(ů).<sup>6</sup>

Kvůli oddělení funkce vlastnictví od řízení dochází také k **asymetrii informací**. Znamená to, že vlastníci mají o podniku méně informací než samotní manažeři. Tyto informace jsou však pro ně klíčové při posuzování, zda se manažeři nechovají oportunisticky. Je pak tedy otázkou, jak a z jakých zdrojů informace získat. Dle Holmana jsou relativně snadno získatelné, pokud podnik vystupuje na trhu, kde jsou obchodována vlastnická práva (burza) a existuje funkční trh managerů (Holman, 2011, str. 352). Za další zdroj informací lze považovat také dobrovolné reporty (Reverte, 2009, str. 356, Gamerschlang et al., 2011, str. 238).<sup>7</sup>

Jak z teorie tak z provedených výzkumů vyplývá, že se oportunistické chování managerů<sup>8</sup> více objevuje tam, kde je roztržitěná **vlastnická struktura** (Hibbitt, 2004, Cormier et al., 2005, Tagesson et al., 2009, Said et al., 2009, Reverte, 2009, Holman, 2011). Hibbitt si tuto skutečnost vysvětluje malou motivací drobných vlastníků monitorovat managery podniku (Hibbitt, 2004, str. 165). Dle Holmana však ani v této situaci problém pána a správce nemusí nastat, pokud jsou akcie podniku obchodovány na burze. V tomto případě se totiž manažeři chovají v souladu se zájmy vlastníků ze strachu z nepřátelského převzetí (Holman, 2011, str. 354). Někteří autoři jsou také toho názoru, že se oportunistické chování managerů objevuje častěji tam, kde manažeři nevládnou akcie podniku či je jejich podíl nízký (Cormier et al., 2005, Tagesson et al., 2009, Said et al., 2009, Reverte, 2009).

Na základě těchto zjištění bylo formulováno hned několik předpokladů ve vztahu k reportování a ty byly následně podrobovány zkoumání. Z výzkumů vyplynulo, že podniky s nízkou vlastnickou koncentrací a nízkým podílem managerů na jejich vlastnictví reportují více než ty, které mají koncentrované vlastnictví právě kvůli snížení konfliktu mezi managery a vlastníky (viz např. Cormier et al., 2005, str. 31, Reverte, 2009, str. 359, Gamerschlang et al., 2011, str. 257).

<sup>6</sup> Uvedené tvoří základní předpoklad positive accounting theory – více viz podkapitola 2.3.

<sup>7</sup> Informace v nich uvedené ovšem mohou být úmyslně zkreslovány. Tento problém se však dá, alespoň částečně, odstranit jejich externím auditem.

<sup>8</sup> A tím zapříčiněný konflikt zájmů mezi managery a vlastníky.

Tato zjištění následně vedla ke zkoumání, zda reportování není ovlivňováno i **typem vlastnictví podniku**. Předmětem šetření byly jak družstva, tak rodinné a státní podniky. Dle Holmana jsou manažeři družstva častěji náchylní k oportunistickému chování a jeho vlastnictví je rozptýleno mezi velký počet družstevníků (Holman, 2011, str. 359). Podstata existence družstva je také založena na otevřenosti (Tuominen et al., 2008, str. 478). Vše uvedené by na základě analogie s předchozími výzkumy mohlo vést k domněnce, že družstva budou informovat více než jiné typy podniků. Tento předpoklad však nebyl např. Tuominenem et al. prokázán (Tuominen et al., 2008, str. 484). Jako možné vysvětlení chabého reportování družstva ve srovnání s podniky vlastněnými investory uvádějí neexistenci investora, který by nebyl seznámen s organizací a kterého by tedy bylo nutné přesvědčit o odpovědnosti, správnosti a etickém chování družstva (Tuominen et al., 2008, str. 487).

Také u rodinných podniků bylo zjištěno, že dobrovolně reportují výrazně méně než podniky vlastněné investory (Chen et al., 2007, str. 27, Darus et al., 2009, str. 141). Vysvětlení spočívá v tom, že jsou rodinní vlastníci často zároveň řediteli těchto podniků a tak si potřebné informace zjišťují jinou cestou. Opačný výsledek však podávají výzkumy, které se zaměřovaly na státní podniky. Vyplyvá z nich, že státní podniky poskytují více společenských info než podniky soukromě vlastněné (Tagesson et al., 2009, str. 360, Darus et al., 2009, str. 142, Said et al., 2009, str. 223). Jak však uvádějí Tagesson et al., může za vyšším CSR reportováním těchto podniků stát snaha státu podporovat rozvoj tohoto typu reportování a CSR obecně (Tagesson et al., 2009, str. 360).

### 3.3 Potřeba kapitálu

Některými autory bývá také **potřeba kapitálu** uváděna jako faktor ovlivňující míru CSR reportování (Healy a Palepu, 2001, Hibbitt, 2004, Setyorini a Ishak, 2012). Jeho existenci lze vysvětlit jak pomocí positive accounting theory tak stakeholderské teorie. Obě dvě se shodují v tom, že potřeba cizího kapitálu vede managery k vyššímu dobrovolnému reportování.

To snižuje informační asymetrii mezi managery a investory. Lze ho tedy hodnotit jako službu s přidanou hodnotou pro investory, jež jim šetří zdroje, které by jinak museli vynaložit při získávání informací z alternativních zdrojů. Zároveň pomáhá u této skupiny stakeholderů budovat image vstřícného a transparentního podniku. V důsledku uvedeného pak investoři hodnotí investici do tohoto podniku jako méně rizikovou a nepožadují tak vysokou návratnost vložených prostředků jako u podniků, které poskytují nedostatečné nebo neúplné informace (Healy a Palepu, 2001, str. 420, Hibbitt, 2004, str. 188, Chen et al., 2007, str. 2, Setyorini a Ishak, 2012, str. 155).

Podniky, které mají vypůjčen cizí kapitál, tak pro zachování smluvních podmínek či zajištění čerpání dodatečných zdrojů často poskytují vyšší úroveň reportování (Healy a Palepu, 2001, str. 420, Hibbitt, 2004, str. 189). Jeho objem navíc s postupným zadlužováním podniku roste (Setyorini a Ishak, 2012, str. 155–6). Výše reportování a jeho kvalita je však také utvářena situací na trhu, ve kterém podnik působí (Hibbitt, 2004, str. 188). Je tomu tak proto, že investoři při svém investičním rozhodování nehodnotí investici izolovaně, ale poměřují ji i s dalšími možnostmi.

### 3.4 Odvětví

Z velké části provedených výzkumů také vyplývá, že silným předpokladem pro určitou úroveň reportování o CSR je příslušnost podniku k určitému **odvětví** (viz např. Hackston a Milne, 1996, Graafland et al., 2002, Hibbitt, 2004, Kolk, 2005, Konrad et al., 2006, EIRIS, 2007, EIRIS, 2008, Tagesson et al., 2009). Vysvětlení jeho působení je možné jak pomocí legitimity tak stakeholderské teorie. Jak je uvedeno níže, více reportují podniky z tzv. citlivých odvětví, které v důsledku vykonávání své činnosti vnímají vyšší ohrožení legitimity svého působení ve společnosti či vztahů se stakeholdery umožňující bezproblémové fungování podniku. A právě skrze reportování se snaží tuto legitimitu či vztahy ochránit.

Rozdílnost v reportování v důsledku příslušnosti podniku k určitému odvětví může dle výsledků šetření Konrada et al. spočívat v tom, že si podniky z některých odvětví, typicky z odvětví služeb, neuvědomují dopad svých aktivit na environmentální oblast či dopady svých aktivit na ni dokonce vědomě bagatelizují (Konrad et al., 2006, str. 96). K podobnému názoru dospívají i Hackston a Milne. Dle nich se však jedná o podniky z tzv. low profile odvětví, které je méně viditelné v očích spotřebitelů, kde existuje nízké politické riziko nebo kde je rozptýlená a slabá konkurence (Hackston a Milne, 1996, str. 83).

Naopak podniky z odvětví výroby dopad svých aktivit na environmentální oblast ve svých reportech podrobně rozpracovávají (Graafland et al., 2002, str. 34, Konrad et al., 2006, str. 96, Reverte, 2009, str. 355, Tagesson et al., 2009, str. 354). Konrad et al. si tuto skutečnost vysvětlují jako důsledek certifikace zkoumaných podniků dle normy ISO 14 001, která podniky k tomuto typu reportování vede (Konrad et al., 2006, str. 96). EIRIS a Hackston a Milne se zase domnívají, že je to způsobeno jejich větší viditelností (EIRIS, 2007, str. 61, Hackston a Milne, 1996, str. 83). Jak však upozorňuje Tagesson et al., uvedené se začíná pod silicím tlakem stakeholderů měnit a i nevýrobní podniky se otázkou svého působení na životní prostředí začínají ve svých reportech zabývat (Tagesson et al., 2009, str. 354). Platí to však spíše pro velké podniky ze společensky citlivých odvětví (Hibbitt, 2004, str. 284, Tagesson et al., 2009, str. 354).

Uvedená zjištění platí i pro společenskou oblast CSR, byť rozdíly mezi odvětvími nejsou již tak výrazné jako u oblastí environmentální (Graafland et al., 2002, str. 39). Dle EIRISu je úroveň reportování o této oblasti také odvislé od toho, zda v odvětví existuje silné riziko narušení práv zaměstnanců v dodavatelském řetězci, lidských práv či silné riziko korupce (EIRIS, 2007, EIRIS, 2008). Pokud podnik do těchto typů odvětví nespadá, jeho míra reportování o právě těchto tématech bude zřejmě nízká z důvodu nižšího vystavení tlaku stakeholderů či z důvodu nízké relevance těchto témat pro podnik samotný.

Z výše uvedeného tedy vyplývá, že označení odvětví jako přímého faktoru působícího na CSR reportování může být problematické.<sup>9</sup> Zdá se, že jeho působení silně ovlivňuje existence dalších faktorů jako jsou velikost a viditelnost podniku, tlak stakeholderů, síla konkurence či existence určitých rizik uvnitř daného odvětví. To může být také důvodem, proč se některým výzkumníkům vztah mezi příslušností podniku k určitému odvětví a velikostí objemu CSR informací nepodařilo prokázat (viz např. Maignan a Ralston, 2002, str. 505, Branco a Rodrigues, 2008, str. 699, Yusoff, Lehman, 2005, str. 16).

### 3.5 Standardy

Dalším identifikovaným faktorem ovlivňujícím CSR reportování je **přihlášení se podniku k dodržování standardů** vybraných organizací (Maignan a Ralston, 2002, Antal et al., 2002). Mezi nejznámější, které zakládají povinnost reportovat o alespoň některých CSR tématech v určitých časových intervalech, v určitém rozsahu a kvalitě, patří:<sup>10</sup>

- UN Global Compact,
- směrnice OECD pro nadnárodní podniky,
- Global Sullivan Principles,
- série AA1000,
- směrnice GRI,
- ISO 26000,<sup>11</sup>
- SA8000,
- série ISO 14000<sup>12</sup> a
- EMAS.

<sup>9</sup> Takto explicitně uvedené lze nalézt např. u Tagesson et al., 2009.

<sup>10</sup> Bliže o jednotlivých standardech viz např. Kašparová, K. Reportování o společenské odpovědnosti podniku.

<sup>11</sup> ISO 26000 neklade požadavky, ale vyjadřuje doporučení.

<sup>12</sup> V sérii ISO 14000 se reportováním zabývá přímo jen jeden ze standardů (ISO 14063), přičemž v sérii není zakotven požadavek na implementaci všech standardů v ní obsažených. Nejrozšířenější standard této série, ISO 14001, požadavek na vydávání reportů nemá, vyžaduje pouze zveřejnění environmentální politiky.

Pouze prvních šest standardů pokrývá CSR v širší triple bottom line, ostatní její záběr zužují. To má následný dopad na volbu témat uvnitř reportu. Požadavek na pravidelnost vydávání reportů obsahují až na výjimku série AA1000 všechny standardy. Ovšem pouze tři z nich (UN Global Compact, Global Sullivan Principles a EMAS) stanovují konkrétní časovou periodu (UNCG, 2008, str. 5, GSP, EP a REU, 2001, str. 7).

Požadavky na rozsah nestanovuje pouze UN Global Compact a Global Sullivan Principles (Kašparová, 2011, str. 35–36). Ostatní ho doporučují odvozovat, stejně jako u obsahu, od pocítované důležitosti témat a stakeholderů podnikem a od přikládané důležitosti témat relevantními stakeholdery. Nad rámec uvedeného doporučuje směrnice GRI a ISO 26000 přihlédnout i k samotnému účelu reportu a zkušenostem podniku s reportováním (GRI, 2006, ISO 26000, 2011). Požadavky na kvalitu obsahu reportu formulují až na Global Sullivan Principles alespoň částečně všechny uvedené standardy. Většina ze standardů také minimálně apeluje na využívání ověřování publikovaných informací.<sup>13</sup>

Ačkoliv přijetí standardů často vede k dalším aktivitám (viz např. zde uvedenou nutnost reportování), v důsledku kterých vznikají podniku dodatečné náklady, jsou v podnikové praxi využívány kvůli výhodám, které vyplývají z jejich implementace. Nejčastěji uváděnými jsou zvýšení image a důvěry stakeholderů, udržení legitimacy působení podniku ve společnosti či snížení rizika ze zavedení příliš striktní legislativy (Haufler, 2001, str. 20, Epstein, 2004, str. 13, Gilbert a Rasche, 2008, str. 756, Koerber, 2008, str. 9).

Jejich přijetím však podnik začíná vykonávat aktivity nad rámec legislativy, což z dlouhodobého hlediska **zvýšuje očekávání**, která na něj budou kladena. Započne-li tedy v důsledku implementace standardů s reportováním, budou od něj stakeholderi v této oblasti očekávat v delším časovém horizontu více než od podniku, který s reportováním nikdy nezačal (O'Donovan, 2002, str. 350). S uvedeným počítá např. směrnice GRI, která umožňuje podnikům vyjádření úrovně reportování (GRI, 2006, str. 5).

### 3.6 Konkurenční prostředí

Hackston a Milne uvádí jako další faktor ovlivňující CSR reportování **(ne)existenci silné koncentrované konkurence** (Hackston a Milne, 1996, str. 86). Lze ho vysvětlit pomocí positive accounting theory. V rámci jejího druhého předpokladu je uváděna hypotéza o **konkurenčním zveřejňování informací**. Ta tvrdí, že potenciální investoři při rozhodování o tom, kam vloží své prostředky, zkoumají, zda a do jaké míry podnik ve srovnání s ostatními podniky o stejné velikosti a charakteru rizika zveřejňuje určitý typ informací, který bývá často předmětem ukrývání (Hibbitt, 2004, str. 187). Pokud zjistí, že tento typ

<sup>13</sup> Výjimkami jsou Global Sullivan Principles a SA8000.

informací je zadržován, hodnotí investici jako rizikovější a požadují vyšší návratnost (Hibbitt, 2004, str. 188). V důsledku toho podniky, které jsou již zadlužené, nebo plánují cizí kapitál využít, mezi sebou v konkurenčním prostředí soutěží v poskytování těchto informací (Hibbitt, 2004, str. 187).

Působení tohoto faktoru je však také možné vysvětlit potenciálním ziskem **výhody** plynoucí z **dobrovolného reportování** a změnou v nastaveném **očekávání společnosti** či určitých typů stakeholderů. Pokud podnik začne v rámci svého odvětví jako první dobrovolně reportovat, má velkou šanci se tím odlišit od své konkurence a získat tak celou řadu benefitů. To si však jeho konkurenti po čase uvědomí a začnou jeho chování napodobovat. Konkurenční výhoda s tím spojená se tak ztrácí. Navíc se díky tomuto chování mění i očekávání společnosti či stakeholderů kladená na podnik. V důsledku toho se pak nefinanční reportování v delším časovém horizontu stává běžnou součástí aktivit podniku, kterými legitimuje svou činnost.

### 3.7 Tlak společnosti, stakeholderů

Vedle velikosti podniku, jeho viditelnosti a odvětví patří **tlak ze strany stakeholderů** k nejčastěji zmiňovaným faktorům ovlivňujícím reportování o CSR (viz např. KOM, 2001, Antal et al., 2002, ISO/CD 14063.2, 2004, Ruud et al., 2005, EIRIS, 2007, KPMG, 2008a). Vzhledem k tomu, že stakeholderská a legitimacy theory stojí na podobných předpokladech, lze konstatovat, že tímto faktorem může být obecněji také **tlak společnosti**, resp. relevantních veřejností.

Tlak vychází z **očekávání** stakeholderů či relevantních veřejností. Jeho intenzita je pak dána jejich silou a důležitostí pro podnik. Dobrovolné zveřejňování informací tak zpětně může být chápáno ukazatel vnímané důležitosti jednotlivých skupin, které chce podnik touto cestou ovlivnit (Hibbitt, 2004, str. 237). Snižuje stakeholderům či společnosti náklady spojené s hledáním informací z alternativních zdrojů a usnadňuje jejich rozhodování např. o investování zdrojů, nákupu, volbě zaměstnání či obecněji o legitimitě působení podniku ve společnosti (Ruud et al., 2005, str. 12–13, KPMG, 2008b, str. 13, KOM, 2002, str. 6, EIRIS, 2007, str. 7, Sustainability, 2006, str. 5, Bartels et al., 2008, str. 10, Kunz, 2012, str. 106).

### 3.8 Strach z ohrožení legitimacy

EIRIS jako další faktor ovlivňující CSR reportování uvádí **strach z ohrožení legitimacy** působení podniku ve společnosti. K tomuto konstatování dospívá na základě výsledků svého výzkumu. Z nich vyplynulo, že i když jsou podniky v některých oblastech CSR aktivní, o těchto aktivitách nereportují ze strachu např. z nárůstu soudních pří, zvýšeného tlaku nevládních organizací, negativních legislativních dopadů či poškození image v důsledku zveřejnění informací týkajících se těchto oblastí (EIRIS, 2008). Uvědomění si tohoto ohrožení mohlo



být také důvodem, proč např. tvůrci směrnice OECD pro nadnárodní podniky do jejího textu explicitně zakotvili možnost nereportovat o informacích, které by mohly ohrozit konkurenční postavení podniku. Zároveň s tím však uvádějí, že je tak možné činit jedině tehdy, když vynechání těchto informací neohrozí jeho stakeholdery (OECD, 2004, str. 50).

### 3.9 Rutina v reportování

Také **rutina v reportování** je některými autory uváděna jako faktor ovlivňující CSR reportování (Ruud et al., 2005, Cormier et al., 2005, EIRIS, 2008). Ačkoliv z výzkumu Kašparové lze dovést, že ovlivňuje volbu témat, o kterých podniky ve svých reportech informují (Kašparová, 2011, str. 116), nejvýraznější dopad má na rozsah a kvalitu reportu (Ruud et al., 2005, str. 39, Cormier et al., 2005, str. 31). Čím je podnik v oblasti reportování zkušenější, tím poskytuje informace o svých aktivitách ve větším rozsahu a větší hloubce.

### 3.10 Kultura

Posledním často zmiňovaným faktorem ovlivňujícím CSR reportování je národní **kultura** země, kde podnik působí a země jeho původu (Gray et al., 1995, str. 50, KOM, 2001, str. 15, Douglas et al., 2004, str. 389, Gray, 2005, str. 13, Line a Braun, 2007, str. 21, Waller a Lanis, 2009, str. 117). Zde je však třeba upozornit na skutečnost, že v uvedených pramenech není přístupováno ke kultuře z hlediska různých typologií ale z hlediska **stupně rozvinutosti občanské společnosti a ekonomické rozvinutosti** dané země. Jako určitý axiom se bere, že CSR reportování realizují především velké podniky z rozvinutých západních zemí (viz např. Gray, 2005, str. 12, Kašparová, Škapa, 2007, str. 642–3).

Z výzkumu Lina a Brauna však vyplynulo, že mnohdy právě tyto podniky ne nezbytně nutně realizují CSR aktivity a reportují o nich na všech trzích, kde působí (Line a Braun, 2007, str. 21). Autoři si nízkou míru CSR aktivit a s tím související reportování na určitých trzích vysvětlují právě malou rozvinutostí občanské společnosti, která na podniky v daných zemích vyvíjí malý tlak (Line a Braun, 2007, str. 21 a 43). K podobným závěrům dospívá též Chapplová a Moon, kteří zjistili při hodnocení webových stránek podniků, že rozsah CSR aktivit nadnárodních podniků na zahraničních trzích neodpovídá rozsahu těchto aktivit v zemi původu podniků, ale odráží zvyky země, kde působí (Chapple, Moon, 2005, str. 436). V teoretické rovině toto konstatování můžeme nalézt též u Deegana a Rankina, kteří rozdíl v realizaci CSR aktivit a CSR reportování vysvětlují pomocí legitimacy theory (Deegan a Rankin, 1996, str. 52).

Z výše uvedeného se dá dovozovat, že u podniku pocházejícího z rozvinuté (západní) země je vyšší pravděpodobnost aplikace CSR aktivit a reportování o nich. Jeho aktivity jsou však v hostitelské zemi ovlivňovány zvyky, očekáváními a rozvinutostí občanské společnosti této země. Proto se zde jejich aplikace nedá zcela jednoznačně předpokládat. Pravděpodobnost jejich výskytu je však vyšší díky lepší znalosti koncepce CSR a zkušenosti s její aplikací do podnikohospodářské praxe v mateřské zemi, příp. na jiných trzích.

### 3.11 Shrnutí

V této kapitole byly představeny některé faktory ovlivňující dobrovolné reportování. Z výsledků výzkumu vyplývá, že se často nevyskytují izolovaně, ale naopak na reportování spolupůsobí. Některé z nich také působí jak na volbu témat tak na rozsah a kvalitu reportu (viz např. kultura, standardy), jiné ovlivňují spíše jen jeho rozsah či kvalitu (viz např. rutina v reportování).

Za existencí faktorů často stojí očekávání ať už společnosti jako celku tak jednotlivých stakeholderů. V důsledku toho se jejich působení vysvětluje nejlépe pomocí legitimity či stakeholderské teorie. To však neznamená, že by se mělo rezignovat na vysvětlení, které nabízí positive accounting theory. V některých oblastech je totiž její zdůvodnění daleko konkrétnější.



## 4 PLÁN VÝZKUMU

V této kapitole je představen plán dále popisovaného výzkumu. V první části bude uvedeno zdůvodnění a význam výzkumu. Následně bude vymezen jeho teoretický rámec. V třetí části budou identifikovány výzkumné cíle a k nim vztahené výzkumné otázky, které je zužují. Poslední část bude patřit omezením vypovídací schopnosti výzkumu.

### 4.1 Důvod a význam výzkumu

Výsledky dosud realizovaných výzkumů ukazují, že existuje celá řada faktorů ovlivňujících CSR reportování (viz např. Hackston a Milne, 1996, Healy a Palepu, 2001, Maignan a Ralston, 2002, Antal et al., 2002, Douglas et al., 2004, Knox et al., 2005, Gray, 2005, Ruud et al., 2005, EIRIS, 2007, Line a Braun, 2007, KPMG, 2008a, Tuominen et al., 2008, Branco a Rodrigues, 2008, Waller a Lanis, 2009, Darus et al., 2009, Gamerschlang et al., 2011). Je však otázkou, zda tyto faktory, jež byly ve většině případů identifikovány ve výzkumech zaměřených na velké podniky z ekonomicky rozvinutých zemí či z tzv. ekonomických tygrů, budou ty, které ovlivňují přístup k CSR reportování v podmínkách ČR.

K pochybnostech o této skutečnosti vedou např. výsledky výzkumu KPMG. Z nich vyplývá, že reporty českých podniků z environmentálně citlivých odvětví jako je farmaceutické odvětví, těžba, doprava či stavebnictví, neobsahují informace o CSR (KPMG, 2008a, str. 73). Tato zjištění byla důvodem, proč se níže prezentovaný výzkum zaměřil na identifikaci faktorů ovlivňujících přístup k CSR reportování v ČR a specifík v jejich výskytu v porovnání se zahraničím.

### 4.2 Teoretický rámec

Konceptuální rámec výzkumu je volen eklekticky (Hendl, 2004, str. 532). Faktory tedy budou analyzovány z pohledu tří perspektiv – **legitimacy theory**, stakeholderové teorie a positive accounting theory. Prvně zmíněná však bude **dominantní optikou** vzhledem k tomu, že je nejčastěji používanou perspektivou pro daný výzkumný záměr (Hooghiemstra, 2000, str. 55, Deegan et al., 2002, str. 318, Parker, 2005, str. 846, Islam a Deegan, 2008, str. 853). Více o jednotlivých teoriích viz kapitola 1.

### 4.3 Formulace cílů výzkumu a výzkumných otázek

Pro vymezení výzkumného cíle bylo využito postupu formulovaného Punchem. Ten doporučuje deduktivní postup, ve kterém je nejprve vymezena výzkumná oblast, která je následně zúžena výzkumným tématem a následně výzkumnými cíly (Punch, 2008, str. 37 a 48). Jak vyplývá z níže uvedeného obrázku č. 1, výzkumnou oblastí se stalo CSR reportování. Výzkumné téma bylo vymezeno jako faktory ovlivňující přístup k CSR reportování v podmínkách ČR. Vzhledem ke své vyšší míře abstraktnosti bylo následně zúženo dvěma výzkumnými cíly, které budou dále představeny.

**První výzkumný cíl** (dále též cíl č. 1) byl z důvodů uvedených v podkapitole 4.1 formulován:

**Identifikovat faktory ovlivňující přístup podniků k začleňování informací nefinančního charakteru do ekonomických reportů v ČR.**

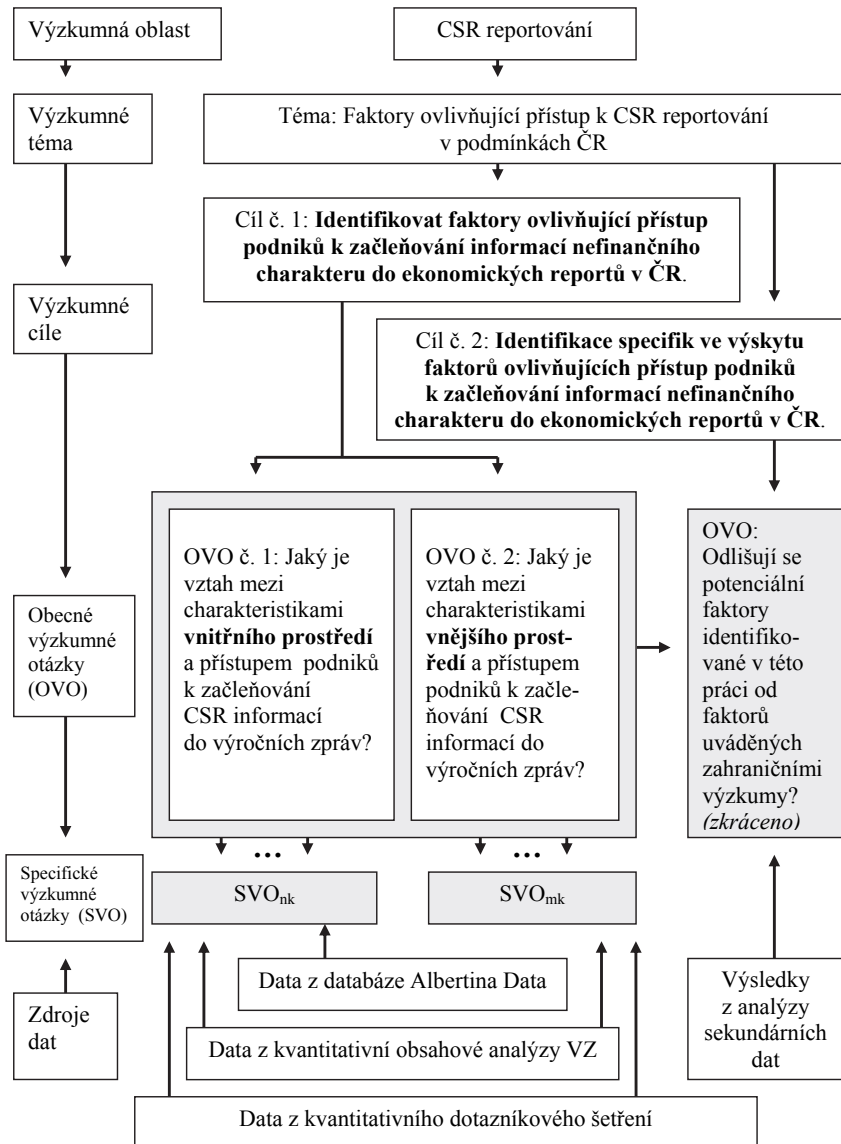
Nefinanční informace jsou zde chápány jako **informace o CSR tématech**, přičemž na CSR je nazíráno pohledem bottom line. Ačkoliv není jednotný diskurz CSR, panuje velká shoda v tom, že CSR označuje chování podniků, jenž jde nad rámec zákona (KOM, 2002, str. 5, Trnková, 2005, str. 30). Zároveň s tím se však předpokládá, že základní podmínkou, ovšem nikoliv postačující, pro tento typ chování je, že podnik respektuje danou legislativu (Graafland et al., 2002, str. 5, KOM, 2001, str. 6). Z tohoto důvodu budou za CSR označovány i ty aktivity podniků, které jsou dány legislativou.

**Přístup k začleňování informací** o CSR tématech byl hodnocen z několika hledisek – blíže viz Kašparová, 2011. Pro potřeby dále prezentovaného výzkumu jsou jimi:

- volba témat a rozsah poskytovaných informací,
- kvalita poskytovaných informací a
- snaha o podporu zpětné vazby.<sup>14</sup>

<sup>14</sup> Kašparová hodnotila přístup k začleňování CSR informací pomocí ne tří ale čtyř hledisek. Čtvrtým hlediskem byla systematickosti při referování o CSR tématech. Z výsledků výzkumu (který byl prezentován v Kašparová, K. Reportování o společenské odpovědnosti podniku z roku 2011) však vyplynulo, že podniky, které referují o CSR tématech systematicky, jsou velice řídké zastoupeny (Kašparová, 2011, str. 110). V důsledku uvedeného pak nebylo možné využít získaná data o tomto hledisku pro další statistické testy, které vyžadují určitý počet případů. Právě tato skutečnost byla důvodem vynechání hlediska přístupu „systematickosti při referování o CSR tématech“ v navazujícím výzkumu, který je dále prezentován.

Obrázek č. 1: Hierarchie konceptů



Legenda: n = jednotlivé charakteristiky vnitřního prostředí, m = jednotlivé charakteristiky vnějšího prostředí, k = hlediska přístupu k CSR reportování

Uvedený přístup je zkoumán pouze na jednom typu ekonomických reportů – a to na **výročních zprávách** (dále též VZ). K tomuto výběru vedla řada důvodů:

- VZ jsou považovány za dokument, jenž je určen **širší skupině stakeholderů** než jsou jen shareholdéři (O'Donovan, 2002, str. 351, Stanton a Stanton, 2002, str. 478, Ruud et al., 2005, str. 15, Waller a Lanis, 2009, str. 109, Siregar a Bachtiar, 2010, str. 243). Proto je mnoho autorů považuje za podstatný komunikační nástroj, skrze který management podniku vytváří **pozitivní obraz** o jeho výkonnosti nejen v oblasti ekonomické, ale i environmentální a sociální (Hooghiemstra, 2000, str. 60, O'Donovan, 2002, str. 364, Stanton a Stanton, 2002, str. 478, Waller a Lanis, 2009, str. 109, Siregar a Bachtiar, 2010, str. 243);
- ačkoliv je jejich obsah plně pod kontrolou managementu, těší se VZ oproti ostatním nosičům marketingové komunikace **vyšší míře důvěryhodnosti** díky zahrnutí informací o ověření správnosti uvedených informací třetí nezávislou stranou (KOM, 2001, Yusoff, Lehman, 2005, Branco a Rodrigues, 2006, KPMG, 2008b, Bartels et al., 2008) – blíže viz Zákon o účetnictví (ZoÚ, § 20, § 21) a Zákon o auditorech (ZoA, § 20, odst. 2);
- výhodou VZ např. oproti samostatným CSR reportům je to, že poskytují **celistvější pohled** na podnik (Ruud et al., 2005);
- díky požadavkům platné legislativy se jedná o snadno **dostupný materiál** (ObchZ, § 28, § 38i, ZoÚ, § 21a), ve kterém se musí objevovat **informace** alespoň o některých oblastech **CSR** – minimálně informace o aktivitách v oblasti výzkumu a vývoje, ochrany životního prostředí a pracovněprávních vztazích (ZoÚ, § 8, § 21);
- analýza VZ je oproti např. analýze webových prezentací snazší díky **neměnnosti svého obsahu** v průběhu času a přehlednosti. Je to dáno tím, že se informace koncentrují pouze na jednom místě (Kašparová a Škapa, 2007, str. 635);
- relevanci volby VZ vzhledem ke stanovenému výzkumnému tématu a cílům podporují také výsledky výzkumu KPMG. Vyplývá z nich, že ty podniky, které v **ČR** reportují o CSR tématech, **zahrnují** tyto informace téměř vždy **do VZ** (KPMG, 2008a, str. 73). K podobnému názoru dospívá na základě svého výzkumu i Kunz. Dle něj volí podniky v ČR po webových stránkách nejčastěji právě tento nosič k informování externích stakeholderů o svém společensky odpovědném chování (Kunz, 2012, str. 182)

V souvislosti s výše stanoveným cílem je také nutné upozornit na skutečnost, že je ve společenských vědách téměř nemožné naplnit všechna tři kritéria kauzality (Neuendorf, 2002, str. 47).<sup>15</sup> Proto je v celé práci dle doporučení Neuendorfové **faktor** chápán pouze jako **předpokládaná příčina určitého stavu**, tj. jako

<sup>15</sup> Kritérii kauzality jsou: vztah, časový sled a odstranění všech alternativních vysvětlení (Neuendorf, 2002, str. 47).

nezávisle proměnná (Neuendorf, 2002, str. 48). Výstupem tedy bude identifikace charakteristik, u kterých se prokáže statisticky významný vztah s vybranými hledisky přístupu k začleňování informací nefinančního charakteru do ekonomických reportů. Právě tyto charakteristiky budou v práci nazývány potenciální faktory.

CSR reportování ovlivňuje celá řada faktorů, které se generují ze dvou skupin. První představují charakteristiky, kterými lze popsat podnik (např. odvětví, velikost podniku, vlastnictví certifikátu). Tato skupina bude níže nazývána **charakteristiky vnitřního prostředí**. Druhou skupinu tvoří charakteristiky, kterými je možné popsat prostředí, ve kterém se podnik pohybuje (např. tlak stakeholderů, národní kultura, existence konkurence). Tato skupina bude nazývána **charakteristiky vnějšího prostředí**.

Díky tomuto rozdělení byl první výzkumný cíl převeden v souladu s doporučením Punche na **dvě obecné výzkumné otázky**. Jak vyplývá z obrázku č. 1, byla první obecná výzkumná otázka (dále též OVO č. 1) formulována následovně:

**Jaký je vztah mezi charakteristikami vnitřního prostředí a přístupem podniků k začleňování CSR informací do výročních zpráv?**

Vzhledem ke své vyšší míře abstraktnosti byla i ona dle Punchem doporučovaného postupu dále zúžena specifickými výzkumnými otázkami (dále též SVO). Akumulací a integrací odpovědí na ně se pak tato OVO č. 1 nepřímou zodpoví (Punch, 2008, str. 40).

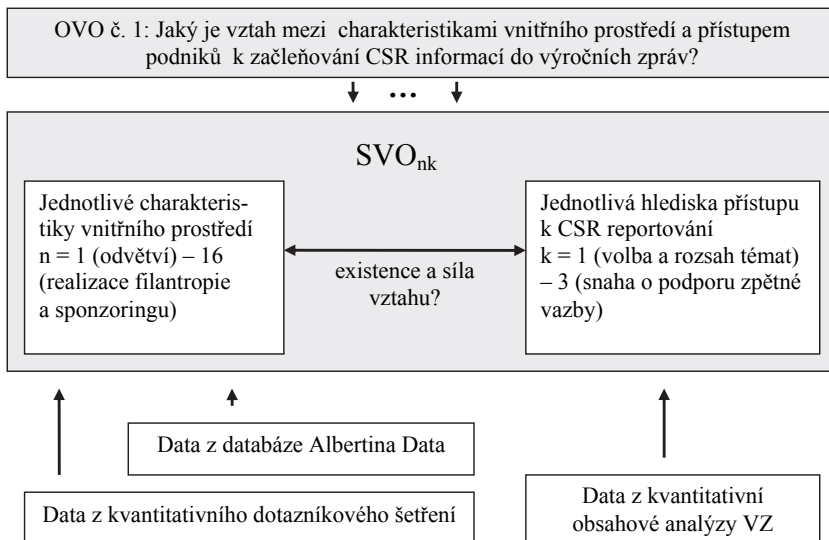
Kvůli zachování přehlednosti textu nebudou na tomto místě podrobně určeny jednotlivé specifické výzkumné otázky konkretizující výše uvedenou obecnou výzkumnou otázku. Logiku jejich tvorby zachycuje obrázek č. 2. Bude vyšetřován vztah mezi jednotlivými charakteristikami vnitřního prostředí a hledisky přístupu k CSR reportování, o kterých se, na základě teorie, výsledků výzkumů a analogie k nim, dá domnívat, že by ve vztahu mohly být. **Nebudou tedy párovány všechny charakteristiky prostředí se všemi hledisky přístupu**. Přehled dvojic, u kterých bude zkoumána existence a síla vztahu, včetně zdůvodnění podává dále uvedený text.

Výsledky výzkumů ukazují, že o CSR tématech reportují více velké podniky (Hackston a Milne, 1996, str. 85, Douglas et al., 2004, str. 389, Gray, 2005, str. 12, Kašparová a Škapa, 2007, str. 642), jejichž aktivity mají vyšší dopad na prostředí, ve kterém se pohybují (Graafland et al., 2002, str. 34, KPMG, 2008a, str. 73). Dále z nich vyplývá, že **velikost podniku** má vliv na hloubku, resp. spolehlivost poskytovaných informací (Deegan a Rankin, 1996, str. 51, Knox et al., 2005, str. 17, Gray, 2005, str. 12, Line a Braun, 2007, str. 41, Kašparová a Škapa, 2007, str. 642).



Objektem výzkumu byly vedle výročních zpráv i samotné podniky ze zpracovatelského průmyslu a stavebnictví. Lze předpokládat, že se v důsledku odlišného **odvětví** budou podniky lišit ve volbě CSR témat. Vzhledem k bezprostřednímu dopadu svých aktivit na prostředí, ve kterém působí, se dá též předpokládat, že větší podniky z obou vyšetřovaných odvětví budou o CSR tématech reportovat do větší hloubky a budou se též více snažit zvýšit důvěryhodnost poskytovaných informací.

### Obrázek č. 2: Postup tvorby SVO k OVO č. 1 a identifikace zdrojů dat



Zdroj: autorka

Z rozboru případových studií vypracovaných The World Business Council for Sustainable Development a United Nations' Environment Program došlo KPMG k názoru, že reportování o CSR vede mimo jiné k podpoře inovací a ke zvýšení schopnosti podniku přitáhnout a udržet vysoce kvalitní zaměstnance (KPMG, 2008b, str. 11).

Na základě uvedeného se dá předpokládat, že ty podniky, které mají vyšší **inovační aktivitu a kvalitní produkty**, se budou snažit o poskytování kvalitnějších informací s cílem podpořit dialog u vybraných skupin stakeholderů a budou častěji než ostatní zařazovat do svých VZ informace podporující zpětnou vazbu. Na základě zjištění KPMG lze taktéž předpokládat, že ty podniky, které požadují vyšší **úroveň kvalifikace pracovníků** a mají vyšší **náklady na pracovní sílu** než konkurence, budou častěji a detailněji referovat o tématech tzv. interní

společenské odpovědnosti a budou více dbát na důvěryhodnost prezentovaných informací.

Jako silný faktor ovlivňující přístup k CSR reportování je uváděn **zeměpisný původ vlastníka** podniku (Gray, 2005, str. 12, Douglas et al., 2004, str. 389). Z výsledků výzkumů vyplývá, že čím ekonomicky rozvinutější je země původu vlastníka, tím rozpracovanější je CSR reportování (Gray, 2005, str. 12, Douglas et al., 2004, str. 389, Chapple a Moon, 2005, str. 434, Kašparová a Škapa, 2007, str. 642). Na základě uvedeného lze tedy předpokládat, že VZ zkoumaných podniků, jejichž vlastníci pocházejí z rozvinutých západních zemí, budou všechna hlediska přístupu k reportování o CSR naplňovat ve větší míře. Tento předpoklad však může být ovlivněn nerozvinutostí CSR reportování v ČR (CSR Europe, 2006, str. 10-11, KPMG, 2008a, str. 16), omezenou silou nevládních organizací a menšími nároky kladenými na podniky společnosti v postkomunistických zemích (Line a Braun, 2007, str. 43).

Vedle zeměpisného původu vlastníka ovlivňuje přístup k CSR reportování též **oddělení funkce řízení a vlastnictví**. Čím je míra oddělení vyšší, tím více investoři vyžadují referování o CSR tématech (CCC, 2000, str. 26, Abbott a Monsen, 1979, str. 506). Na základě výše uvedeného lze předpokládat, že čím menší je souběh vlastnictví a řízení podniku, tím více budou VZ zkoumaných podniků naplňovat všechna hlediska přístupu k CSR reportování.

Výzkum Lina a Brauna také prokázal, že prvním krokem k systematickému aplikování CSR je pro většinu podniků z postkomunistických zemí formální zavedení kodexu chování (Line a Braun, 2007, str. 41). Na základě analogie s tímto poznatkem bude zkoumáno, zda se vykonávání určité činnosti podnikem odráží v reportování o této činnosti a hloubce jejího popisu. Faktory, které budou na základě této logiky, nad rámec výše uvedených, vyšetřovány, jsou:

- **poskytování zaměstnaneckých výhod,**
- **systematické sledování nákladů na zaměstnanecké výhody,**
- **poskytování vzdělávání zaměstnancům,**
- **systematické sledování nákladů na vzdělávání zaměstnanců,**
- **vlastnictví kodexů,**
- **vlastnictví certifikátů jakosti a**
- **realizace filantropie a sponzoringu.**

Lze předpokládat, že pokud podnik určitou činnost vykonává, resp. něco vlastní, bude o ní, resp. o tom, ve VZ informovat. Zároveň lze očekávat, že ty podniky, které uvádí, že se činnosti věnují systematicky, ji budou ve VZ popisovat do větší hloubky.

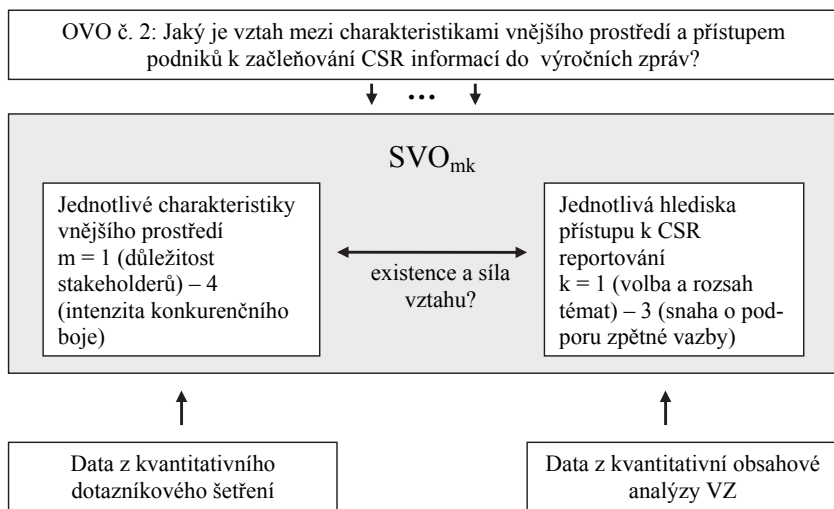
Druhá obecná výzkumná otázka (dále též OVO č. 2) byla, jak vyplývá z hierarchie konceptů zobrazené v obrázku č. 1, formulována následovně:

**Jaký je vztah mezi charakteristikami vnějšího prostředí a přístupem podniků k začleňování CSR informací do výročních zpráv?**

I ona byla vzhledem ke své vyšší míře abstraktnosti dále zúžena specifickými výzkumnými otázkami (dále též SVO). Akumulací a integrací odpovědí na ně se pak tato OVO č. 2 nepřímo zodpoví (Punch, 2008, str. 40). Akumulací a integrací odpovědí na obecné výzkumné otázky č. 1 a 2 pak dojde k naplnění prvního výzkumného cíle.

Ani zde nebudou kvůli zachování přehlednosti textu podrobně určeny jednotlivé specifické výzkumné otázky konkretizující výše uvedenou obecnou výzkumnou otázku. Logiku jejich tvorby zachycuje obrázek č. 3. Bude vyšetřován vztah mezi jednotlivými charakteristikami vnějšího prostředí a hledisky přístupu k CSR reportování, o kterých se lze na základě teorie a výsledků výzkumů domnívat, že by ve vztahu mohly být. **Nebudou tedy párovány všechny charakteristiky prostředí se všemi hledisky přístupu.** Přehled dvojic, u kterých bude zkoumána existence a síla vztahu, včetně zdůvodnění podává dále uvedený text.

**Obrázek č. 3: Postup tvorby SVO k OVO č. 2 a identifikace zdrojů dat**



Dle legitimity a stakeholderské teorie si musí podnik zajistit podporu veřejnosti, resp. stakeholderů pro zajištění svého dlouhodobého fungování na trhu (Deegan a Rankin, 1996, Gray et al., 1995). Na reportování lze potom nahlížet jako na jeden ze způsobů, jak podnik demonstroe soulad svých aktivit s normami a očekáváními veřejnosti, resp. stakeholderů. Tím si u nich vytváří pozitivní vnímání (Gray et al., 1995, Deegan a Rankin, 1996, Hooghiemstra, 2000, KPMG, 2008a) a skrze stimulaci zpětné vazby získává další informace o jejich požadavcích a očekáváních (KPMG, 2008a).

Stakeholderská teorie však upozorňuje na skutečnost, že požadavky a očekávání různých typů stakeholderů jsou velmi různorodé a mnohdy i navzájem se vylučující. Proto je podnikům doporučováno nejprve určit **důležitost** jednotlivých typů **stakeholderů** a teprve na jejím základě realizovat aktivity k nim směřované. Dle KPMG je právě schopnost podniku efektivně komunikovat své aktivity a výkonnost klíčovým stakeholderům podmínkou pro zajištění dlouhodobého úspěchu životnosti a růstu podniku (KPMG, 2008a, str. 10).

Na základě výše uvedeného lze tedy předpokládat, že čím vyšší bude přisuzovaná důležitost určitému typu stakeholdera, tím častěji a ve větším rozsahu se budou ve VZ vyskytovat pro něj relevantní CSR témata. V souladu s doporučením stakeholderské teorie je možné též očekávat, že témata určená pro nejdůležitější stakeholdery podniku budou rozpracována ve větší kvalitě než ta, která směřují k méně důležitým typům stakeholderů.

Tyto předpoklady však oslabuje zjištění Knoxe et al., že tvorba obsahu reportů není navázána na důležitost stakeholderů (Knox et al., 2005), a Bartelse et al., že reporty podniků často nejsou směřovány k určitým typům stakeholderů (Bartels et al., 2008). To, že se míra důležitosti stakeholdera neodráží v tématech, o kterých podniky referují, vyplývá i z výzkumu Maignanové a Ralstona (Maignan a Ralston, 2002, str. 506).

Jak již bylo uvedeno, podnik dle všech výše prezentovaných teorií využívá reportování k ovlivnění veřejnosti, resp. stakeholderů, s cílem udržení či zvýšení svého **image**. Dle SustainAbility lze na čtenáře reportu nahlížet jako na společenského investora, jenž používá report k ohodnocení závazku podniku, jeho výkonnosti a dopadů na prostředí (SustainAbility, 2006, str. 5). Na základě získaných informací pak „činí rozhodnutí, zda pro daný podnik chce pracovat, kupovat si jeho produkty, investovat do něj, či mu jednoduše povolit podnikat a inovovat“ (SustainAbility, 2006, str. 5, vlastní překlad).

Tuto skutečnost potvrzují i výsledky výzkumu Bartelse et al. Vyplývá z nich, že 90 % čtenářů je ovlivněno čtením sustainability reportu a 85 % z nich si skrze něj vytvořilo pozitivní názor na podnik (Bartels et al., 2008, str. 10). Na základě uvedeného lze tedy předpokládat, že ty podniky, jejichž jméno je ceněno v porovnání s konkurencí výše, budou mít více rozpracována jednotlivá hlediska přístupu k CSR reportování než ty, jejichž jméno je ceněno níže.

KPMG na základě analýzy případových studií vypracovaných The World Business Council for Sustainable Development a United Nations' Environment Program dospívá k podobnému názoru jako SustainAbility. Je jím, že CSR reportování ovlivňuje i **zájem o vstup do pracovního poměru** (KPMG, 2008b, str. 11). Díky uvedenému lze předpokládat, že podniky, které uvádí, že zájem o vstup do pracovního poměru s nimi je ve srovnání s konkurencí vyšší, mají více rozpracována jednotlivá hlediska přístupu k CSR reportování.

Vztah mezi posledně uvedenými proměnnými však bude pravděpodobně ovlivněn třetí proměnnou jako je např. image. Dle EIRISu je též velmi časté využívání zapojení do komunity jako prostředku k budování image (EIRIS, 2007, str. 11). Je tedy možné též předpokládat, že podniky, jejichž jméno je ceněno v porovnání s konkurencí výše, budou častěji referovat o tématech spojených s komunitou jako je filantropie či sponzoring.

V důsledku různých skandálů a růstu SRI požadují různé typy stakeholderů zahrnutí více nefinančních informací do reportů vydávaných podniky (Haufler, 2001, Hibbitt, 2004, KPMG, 2008a). Od těchto informací očekávají poskytnutí celistvějšího obrazu o zdraví a stabilitě podniku. Podniky se tedy v souladu se všemi výše uvedenými teoriemi snaží zařazováním tohoto typu informací reagovat na očekávání veřejnosti, resp. stakeholderů a prokazují transparentnost svého podnikání.

Tím však zároveň získávají i určitou konkurenční výhodu spočívající v odlišení od konkurence, která tak nečiní (Hooghiemstra, 2000, SustainAbility, 2006, KPMG, 2008b). Na základě výše uvedeného se dá předpokládat, že ty podniky, které uvádí, že se nachází na trhu se silným **konkurenčním bojem**, budou mít více rozpracována jednotlivá hlediska přístupu k CSR reportování.

Jak vyplývá z hierarchie konceptů zobrazené v obrázku č. 1 a z důvodů uvedených v podkapitole 4.1, byl **druhý výzkumný cíl** (dále též cíl č. 2) formulován následovně:

**Identifikovat specifika ve výskytu faktorů ovlivňujících přístup podniků k začleňování informací nefinančního charakteru do ekonomických reportů v ČR.**

Takto stanovený cíl je pro potřeby realizace výzkumu stále ještě relativně abstraktní. Proto byl v souladu s doporučením Punche převeden na níže uvedenou obecnou výzkumnou otázku (dále též OVO):

**Odlišují se potenciální faktory ovlivňující přístup podniků k začleňování CSR informací do výročních zpráv identifikované v tomto výzkumu od faktorů uváděných zahraničními výzkumy?**

Jelikož je tato OVO pro potřeby výzkumu již dostatečně konkrétní, bude jejím zodpovědním naplněn výše uvedený cíl č. 2. Potenciální faktory, které budou vstupovat do této části analýzy, se budou generovat z výzkumu realizovaného v rámci naplnění cíle č. 1 – viz též obrázek č. 1.

#### 4.4 Omezení vypovídací schopnosti

Jedním z cílů výzkumu je identifikace faktorů ovlivňujících přístup k tomuto typu reportování. Označení faktor se zde však používá v přeneseném slova smyslu tak, jak jej běžně užívají zahraniční autoři a organizace věnující se dané problematice (viz např. Antal et al., Bartels et al., Deegan a Rankin, Ruud et al., Waller a Lanis, EIRIS, Komise evropských společenství, KPMG či SustainAbility). Stejně využití pojmu lze zaznamenat i u autorů (viz např. Knox et al. či Maignan a Ralston) publikujících v časopisech s impakt faktory typu *Journal of Business Ethics* či *Journal of International Business Studies*. Výše uvedené ovšem způsobuje určité omezení výzkumu. Vzhledem k nemožnosti naplnění všech tří kritérií kauzality, což však není specifické pouze pro tuto práci (Neuendorf, 2002), jsou zkoumány pouze vztahy mezi dvěma proměnnými. Tímto způsobem je tedy možná pouze identifikace příznaku příčiny, ne však samotné příčiny a důsledku.

Ve výzkumu je šetřen vztah mezi vybranými charakteristikami prostředí a přístupem k CSR reportování. Přístup je ovšem hodnocen pomocí čtyř hledisek. Jejich stanovení a rozsah může být též vnímáno jako určité omezení vypovídací schopnosti výzkumu. Je tomu tak proto, že právě mezi nimi a určitými charakteristikami je zkoumána existence statisticky významného vztahu. Další omezení může vycházet ze skutečnosti, že nejsou zkoumány všechny možné vztahy mezi hledisky a charakteristikami, ale jen ty, které se dají předpokládat na základě teorie, výsledků výzkumů či analogie k nim.

Za omezení vypovídací schopnosti lze považovat i rozhodnutí, že bude přístup k CSR reportování zkoumán jen v obsahu jednoho z možných nosičů firemní komunikace – a to ve výročních zprávách. Díky tomu budou identifikovány faktory, které mají potenciál ovlivňovat přístup k CSR reportování jen v tomto nosiči a ne v žádném jiném. Toto omezení však může být kompenzováno zjištěním KPMG, že ty podniky, které v ČR o CSR tématech reportují, zahrnují tyto informace téměř vždy do výročních zpráv (KPMG, 2008a, str. 73).

Posledním omezením je určitý časový nesoulad ve zdrojích dat. Ten je způsoben provázáním výsledků analýzy výročních zpráv za rok 2006 s výsledky šetření, které proběhlo v první polovině roku 2007. VZ je však tvořena až po uplynutí období, o kterém referuje, tj. většinou na začátku roku 2007. To samo o sobě může upravovat optiku, kterou zpracovatel VZ na uplynulé období pohlíží. Stejně tak lze předpokládat, že respondent, který byl dotazován v průběhu první poloviny roku 2007, referoval o chování podniku spíše na základě zkušenosti

z uplynulého roku. Díky uvedeným předpokladům se lze domnívat, že se jedná spíše o vizuální časový nesoulad, který nebude mít výraznější vliv na získané výsledky.

## 5 ZVOLENÁ METODOLOGIE

V této kapitole bude popsána zvolená metodologie. V první části budou identifikovány typy výzkumu, jejichž výběr byl ovlivněn stanovenými výzkumnými cíly. V další části bude charakterizován výzkumný vzorek. Třetí část přiblíží použité metody a postup jejich využití. Poslední část se bude věnovat způsobu sběru a zpracování dat.

### 5.1 Použitý typ výzkumu

Pro **první výzkumný cíl**, jenž se zaměřil na identifikaci faktorů ovlivňujících přístup podniků k začleňování informací nefinančního charakteru do ekonomických reportů v ČR, byl zvolen dle členění Maucha a Parka **korelačně-prediktivní typ** výzkumu (Mauch a Park, 2003, str. 128). Důvodem tohoto výběru bylo, že lze jeho využitím zjistit existenci a sílu vztahu mezi zkoumanými proměnnými. Pro **druhý výzkumný cíl**, jehož snahou je identifikovat specifika ve výskytu faktorů ovlivňujících přístup podniků k začleňování informací nefinančního charakteru do ekonomických reportů v ČR, byl zvolen dle již zmíněného členění **komparativní typ** výzkumu (Mauch a Park, 2003, str. 127).

### 5.2 Výzkumný vzorek

V prezentovaném výzkumu je pracováno se **dvěma výběrovými soubory**. Ty tvoří výroční zprávy (dále výzkumný vzorek VZ) a podniky z vybraných typů odvětví (dále jen konečný vzorek podniků). Vzhledem k tomu, že konečný vzorek podniků určuje výzkumný vzorek VZ, bude nejprve charakterizován postup výběru konečného vzorku podniků a teprve následně výzkumného vzorku VZ.

#### 5.2.1 Konečný vzorek podniků

Konečný vzorek podniků se generoval z výběrového souboru první vlny sběru dat dotazníkového šetření (dále jen výběrový soubor dotazování). To proběhlo na **jaře roku 2007** jako součást výzkumných aktivit Centra výzkumu konkurenční schopnosti české ekonomiky – blíže viz Blažek, L. Konkurenční schopnost podniků (Primární analýza výsledků empirického šetření). S ohledem na omezené disponibilní kapacity bylo šetření omezeno pouze na dvě odvětví – **Zpracovatelský průmysl a Stavebnictví**.

Takto vymezený základní soubor tvořilo 4483 podniků. Jelikož se informace o podnicích, potřebné pro další analýzu, získávaly nejen z dotazníku, ale též z databáze Albertina Data, byl základní soubor kvůli neúplnosti poskytovaných dat ekonomického charakteru následně zúžen na 2817 podniků (Blažek et al.,



2007, str. 29). Z tohoto souboru bylo v první vlně dotazníkového šetření zkoumáno 251 podniků. Z tohoto souboru byly pro potřeby šetření vybrány pouze akciové společnosti. Díky tomuto kritériu byl výzkumný soubor zúžen na 125 podniků.

Pro tyto podniky byly hledány v Obchodním rejstříku, příp. na jejich webových stránkách, VZ za rok 2006. VZ za toto období byly nalezeny jen u **104 podniků**. Právě ony tvoří konečný vzorek podniků. Míru shody struktury základního souboru a konečného vzorku podniků dle jednotlivých relevantních kvótních proměnných zobrazují tabulky v příloze A.

### 5.2.2 Výzkumný vzorek VZ

Výzkumný vzorek VZ je tvořen **VZ akciových společností**. Ačkoliv nic nebrání tomu, aby všechny obchodní společnosti sestavovaly a zveřejňovaly své VZ, Zákon o účetnictví tuto zákonnou povinnost ukládá jen těm účetním jednotkám, které mají povinnost ověření účetní závěrky auditorem (ZoÚ, § 20–21). Vzhledem k nastaveným kritériím, které tuto povinnost zakládají, se dá předpokládat, že se tato povinnost bude častěji týkat podniků s výše zmíněnou formou podnikání. Vhodnost výběru této formy podnikání vzhledem k výzkumnému záměru potvrzují i výsledky výzkumu Dun & Bradstreet,<sup>16</sup> ze kterého vyplývá, že výše popisovanou povinnost zveřejňovat VZ dlouhodobě plní spíše akciové společnosti než společnosti s ručením omezeným (D&B).

Do výzkumného vzorku VZ byly zařazeny VZ za **rok 2006**. Jeho výběr byl ovlivněn záměrem propojit data získaná z analýzy VZ s daty získanými dotazováním. Vzhledem ke skutečnosti, že dotazování proběhlo na jaře roku 2007 a v tomto období se ve většině případů sestavuje VZ za předcházející období, se lze domnívat, že využití VZ za rok 2006 je vhodnější než využití VZ za rok 2007. V nich by se totiž mohly objevit informace, které v době dotazování respondentovi nemusely být známy.

Potenciální velikost výzkumného vzorku VZ byla 125, což odpovídalo počtu akciových společností obsažených ve výběrovém souboru dotazování. 21 VZ však nebylo ve veřejně dostupných zdrojích nalezeno. Proto je výzkumný vzorek VZ tvořen pouze **104 výročními zprávami**. Nenalezení VZ však nemusí být nutně signálem neplnění zákonem uložených povinností.

## 5.3 Použité metody

Vzhledem k nastaveným cílům a zvoleným typům výzkumu bylo použito hned několik výzkumných metod. Pro naplnění prvního cíle bylo využito propojení výsledků dvou metod – **kvantitativní obsahové analýzy a dotazování**. V rámci

<sup>16</sup> Dun & Bradstreet se v celosvětovém měřítku zabývá poskytováním ekonomických informací a hodnocením firem (D&B).

posledně zmíněné metody byl zvolen individuální strukturovaný rozhovor s dotazníkovým archem. Data získaná touto technikou byla dále doplněna o vybraná data z databáze Albertina Data. Pro naplnění druhého cíle byly využity **obecné výzkumné metody** jako komparace, dedukce a syntéza.

## 5.4 Způsob sběru a zpracování dat

VZ byly primárně hledány v Obchodním rejstříku na oficiálním serveru českého soudnictví Justice.cz. Pokud zde nebyly nalezeny, byl jejich výskyt zjišťován přímo na webových stránkách podniků. Informace o charakteristikách podniků byly získány z výsledků dotazování zástupců podniků a z databáze Albertina Data. Vztah mezi jednotlivými charakteristikami prostředí a hledisky přístupu k CSR reportování byl zkoumán pouze v tzv. **těle výroční zprávy**. To tvoří nejpodstatnější část VZ. Blíže o jeho vymezení viz Kašparová, K. Reportování o společenské odpovědnosti podniku. Pro zpracování všech dat bylo použito kombinace programů MS Excel a SPSS.



## 6 VÝSLEDKY VÝZKUMU

V této kapitole budou popsány výsledky realizovaného výzkumu. Její struktura je dána stanovenými výzkumnými cíli. Nejprve budou představeny výsledky první části šetření, jejichž cílem bylo identifikovat faktory ovlivňující přístup k CSR reportování ve výročních zprávách podniků – podkapitola 6.1. V následující podkapitole 6.2 budou popsány výsledky druhé části výzkumu, jejichž cílem bylo identifikovat specifika ve výskytu faktorů ovlivňujících výše uvedení přístup. Závěr kapitoly bude věnován vyjádření k naplnění těchto stanovených cílů.

### 6.1 Faktory ovlivňující přístup k začleňování informací nefinančního charakteru do ekonomických reportů

Jak již bylo uvedeno, výzkumný cíl č. 1 byl formulován:

**Identifikovat faktory ovlivňující přístup podniků k začleňování informací nefinančního charakteru do ekonomických reportů v ČR.**

V souvislosti s takto stanoveným cílem je třeba znovu připomenout, že kvůli nemožnosti naplnění všech tří kritérií kauzality je zde pojem faktor chápán pouze jako **předpokládaná příčina určitého stavu**. Výstupem výzkumu tedy bude identifikace charakteristik, u kterých se prokáže statisticky významný vztah s vybranými hledisky přístupu k začleňování CSR informací do VZ. Právě tyto charakteristiky budou nazývány **potenciální faktory**.

Jak vyplývá z výše popsaného plánu výzkumu, bude pro určení faktorů využito propojení výsledků kvantitativní obsahové analýzy s výsledky dotazníkového šetření realizovaného na podnicích, jejichž reporty jsou předmětem studia obsahové analýzy. Vzhledem ke skutečnosti, že zkoumaná data jsou kategoriální povahy, bude pro odhalení závislosti využito **kontingenčních tabulek** ve spojení s  **$\chi^2$  testem dobré shody**. V případě, kdy bude porušena jeho podmínka, tj. více než 20 % políček bude mít očekávanou četnost menší než 5, bude na základě doporučení Hendla tento test nahrazen **Fisherovým přesným testem** (Hendl, 2004, str. 315).

Ačkoliv  $\chi^2$  test dobré shody podává informaci o tom, zda existuje mezi kategoriálními proměnnými statisticky významný vztah, nevypovídá nic o jeho síle (Field, 2005, str. 692). Proto Field doporučuje vedle něj použít i doplňkové testy, které jsou již schopny sílu vztahu postihnout. Při výběru těchto testů je nutné zohlednit typ proměnných a velikost kontingenční tabulky.

Pro nominální data, resp. kombinaci nominálních a ordinálních dat, je pro čtyřpolní tabulku doporučován **koeficient asociace  $\phi$**  ( $\phi$ ), pro větší kontingenční tabulky **Cramerovo  $V$**  (Field, 2005, str. 693). U těchto dat bude také využit poměrový ukazatel,<sup>17</sup> který umožňuje říci, kolikrát častěji se reportování o daném tématu vyskytuje u jedné skupiny podniků ve srovnání s druhou skupinou podniků.

U ordinálních dat se jeví jako nejvhodnější využit kvůli převažujícímu výskytu jedné hodnoty v datech **Kendallovo tau** (Field, 2005, str. 131). Výhodou tohoto neparametrického koeficientu oproti Spearmanovu je, že je lepším odhadem korelace, která existuje v populaci, což umožňuje přesnější generalizaci (Field, 2005, str. 131). Pro čtvercovou tabulku je vhodné využití Kendallova tau-b ( $t_b$ ), pro obdélníkovou tabulku Kendallova tau c ( $t_c$ ) (Hendl, 2004, str. 262 a 327).

Vztah mezi jednotlivými charakteristikami prostředí a hledisky přístupu k CSR reportování byl zkoumán pouze v tzv. těle výroční zprávy. Díky tomu, že se potenciální faktory mohly generovat ze dvou skupin, byl výzkumný cíl č. 1 převeden na dvě obecné výzkumné otázky – viz hierarchie konceptů uvedená na str. 37. Jejich formulace vedla k hledání odpovědi na to, jaký je vztah mezi charakteristikami vnitřního, resp. vnějšího prostředí a přístupem podniků k začleňování CSR informací do VZ. Určení charakteristik a toho, se kterými hledisky přístupu budou párovány, je uvedeno v podkapitole 4.3.

Vzhledem k uvedenému je obsah této podkapitoly rozdělen do dvou částí. V první části budou uvedeny jak výsledky propojení dat získaných z realizace obsahové analýzy a dotazování za první obecnou výzkumnou otázku tak její zodpovězení skrze akumulaci a integraci specifických výzkumných otázek k ní se vázících. Druhá část bude mít stejnou strukturu, bude se však obsahově týkat druhé obecné výzkumné otázky.

### 6.1.1 Vztah mezi charakteristikami vnitřního prostředí a přístupem k začleňování CSR informací do VZ

První obecná výzkumná otázka (dále též OVO č. 1) byla formulována:

**Jaký je vztah mezi charakteristikami vnitřního prostředí a přístupem podniků k začleňování CSR informací do výročních zpráv?**

Vzhledem ke své vyšší míře obecnosti byla dále specifikována několika specifickými výzkumnými otázkami (dále též SVO). Kvůli zachování přehlednosti nebyly SVO konkretizující OVO č. 1 ve výše uvedeném textu explicitně

<sup>17</sup> Pro detailnější popis logiky výpočtu poměrového ukazatele viz Field, A. Discovering Statistics – Using SPSS. str. 694.

formulovány. Logiku jejich stanovení zobrazuje obrázek č. 2 na str. 40. Zkoumány budou pouze ty vztahy, které se dají očekávat na základě teorie, výsledků již dříve realizovaných výzkumů a analogie k nim – bliže viz podkapitola 4.3.

V níže uvedeném textu budou popsány výsledky provedené analýzy. Text bude svou strukturou kopírovat jednotlivé SVO implicitně formulované v podkapitole 4.3. Podrobněji budou popsány jen ty proměnné, u kterých byl prokázán statisticky významný vztah. Pro detailní výsledky analýzy viz relevantní přílohy, na které bude níže odkázáno.

Jednotlivými zkoumanými charakteristikami vnitřního prostředí byly:

- velikost podniku,
- odvětví,
- inovační aktivita podniku,
- kvalita produktů,
- náklady na pracovní sílu,
- úroveň kvalifikace pracovníků,
- zeměpisný původ vlastníka,
- zastoupení vlastníků v top managementu společnosti,
- poskytování zaměstnaneckých výhod,
- systematické sledování nákladů na zaměstnanecké výhody,
- systematické sledování nákladů na vzdělávání zaměstnanců,
- vlastnictví kodexů,
- vlastnictví certifikátů jakosti a
- realizace filantropie a sponzoringu.

Jednotlivými zkoumanými hledisky přístupu k začleňování CSR informací do výročních zpráv byly:

- volba témat a rozsah poskytovaných informací,
- kvalita poskytovaných informací a
- snaha o podporu zpětné vazby.

## Výsledky výzkumu – vztah mezi charakteristikami vnitřního prostředí a přístupem k začleňování CSR informací do VZ

První okruh specifických výzkumných otázek zjišťoval, zda existuje rozdíl v přístupu k CSR reportování dle velikosti podniku. Na základě výsledků předchozích výzkumů byl činěn předpoklad, že velké podniky budou vykazovat oproti ostatním podnikům rozdíly ve dvou hlediscích přístupu – volbě témat a rozsahu poskytovaných informací a kvalitě poskytovaných informací.<sup>18</sup> Proto byla v rámci tohoto okruhu SVO zkoumána pouze tato hlediska přístupu.

Nejprve bylo předmětem analýzy, **zda velké podniky reportují ve svých VZ o CSR tématech<sup>19</sup> více než podniky menší**. V níže uvedené tabulce jsou uvedena témata, u kterých se statisticky významný vztah podařilo prokázat. Seznam všech témat, u kterých byl šetřen vztah s velikostí podniku zobrazuje příloha B.

**Tabulka č. 1: Statisticky významný rozdíl mezi volbou CSR témat a velikostí podniku**

| Vztah proměnných                         | $\chi^2$ | df  | N   | p     | Fisherův přesný test p | tb    | p (jedno-<br>směrný) |
|--|----------|-----|-----|-------|------------------------|-------|----------------------|
| Velikost podniku versus                  |          |     |     |       |                        |       |                      |
| Současné priority v oblasti:             |          |     |     |       |                        |       |                      |
| – životního prostředí                    | 3,854    | 1   | 104 | <0,05 | ---                    | 0,193 | 0,025                |
| – lidských zdrojů                        | 8,875    | 1   | 104 | <0,01 | ---                    | 0,292 | 0,002                |
| – ekonomické                             | 6,877    | 1   | 104 | <0,01 | ---                    | 0,248 | 0,006                |
| – bezpečnosti a ochraně zdraví při práci | ---      | --- | 104 | ---   | <0,05                  | 0,257 | 0,005                |
| Spolupráce se:                           |          |     |     |       |                        |       |                      |
| – vzdělávacími a výzkumnými institucemi  | 6,563    | 1   | 104 | <0,05 | ---                    | 0,251 | 0,005                |
| – státními úřady a institucemi           | ---      | --- | 104 | ---   | <0,05                  | 0,234 | 0,009                |
| Závazky v oblasti:                       |          |     |     |       |                        |       |                      |
| – lidských zdrojů                        | ---      | --- | 104 | ---   | <0,05                  | 0,208 | 0,017                |
| Racionalizace a optimalizace procesů     | 3,854    | 1   | 104 | <0,05 | ---                    | 0,193 | 0,025                |
| Investice – životní prostředí            | 5,748    | 1   | 104 | <0,05 | ---                    | 0,235 | 0,009                |
| Poskytované benefity                     | 4,033    | 1   | 104 | <0,05 | ---                    | 0,197 | 0,023                |

Zdroj: autorka

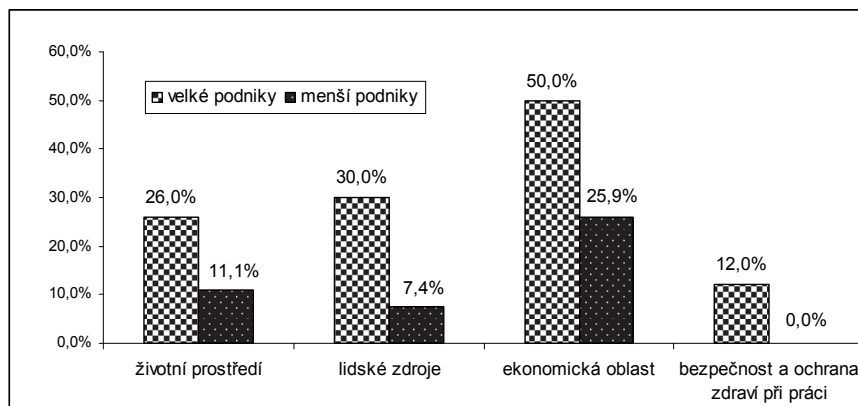
Z tabulky č. 1 vyplývá, že ačkoliv byl prokázán statisticky významný rozdíl v zahrnutí informací o Současných prioritách v určitých oblastech mezi sledovanými skupinami podniků, síla vztahu je pouze u oblasti lidských zdrojů středně

<sup>18</sup> Z tohoto důvodu byla vytvořena umělá dichotomická ordinální proměnná, která podniky rozdělila na podniky velké (250 a více zaměstnanců) a podniky menší (do 249 zaměstnanců).

<sup>19</sup> CSR témata vzešla z otevřeného kódování – blíže viz Kašparová, 2011, str. 72.

silná, u ostatních je pouze nízká. Z grafu č. 1 vyplývá, že informace o současných prioritách v daných oblastech uvádějí častěji velké podniky, resp. jen velké podniky. V oblasti životního prostředí je tato informace u velkých podniků uvedena 2,8krát častěji než u menších podniků, v ekonomické oblasti 2,9krát častěji a v oblasti lidských zdrojů dokonce 5,4krát častěji. Informaci o současných prioritách v oblasti bezpečnosti a ochrany zdraví při práci uvádějí ve svých VZ jen velké podniky.

**Graf č. 1: Statisticky významný rozdíl v zahrnutí informací o současných prioritách ve vybraných oblastech do VZ mezi skupinami podniků (dle velikosti)**

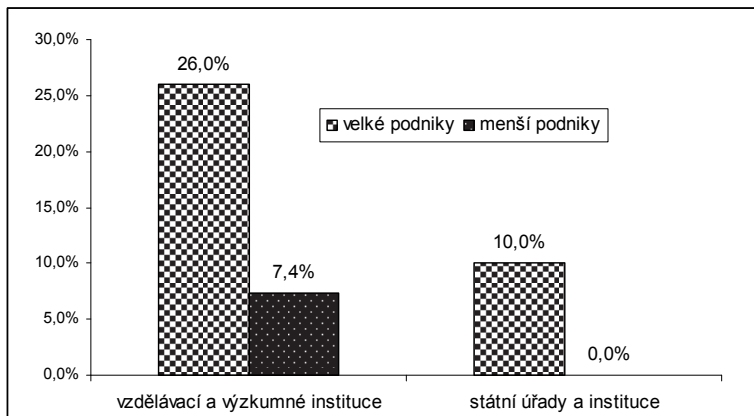


Zdroj: autorka

Podobná situace nastává také u kategorie Spolupráce s vybranými typy stakeholderů, kde byl prokázán statisticky významný vztah jen s některými z nich – se vzdělávacími a výzkumnými institucemi a se státními úřady a institucemi. Opětovně i zde je však síla vztahu nízká. Z grafu č. 2 vyplývá, že informace o spolupráci se vzdělávacími a výzkumnými institucemi uvádějí velké podniky 4,4krát častěji než podniky menší. Informaci o spolupráci se státními úřady a institucemi uvádějí z analyzovaných skupin jen podniky velké.



**Graf č. 2: Statisticky významný rozdíl v zahrnutí informací o spolupráci s určitými typy stakeholderů do VZ mezi skupinami podniků (dle velikosti)**

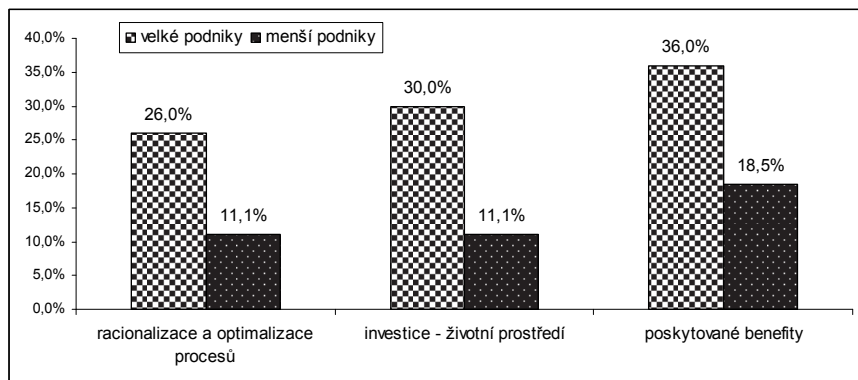


Zdroj: autorka

I u tématu Závazky bylo sledováno, ve kterých oblastech jsou informace o nich uváděny. Statisticky významný rozdíl v reportování mezi skupinami podniků byl prokázán pouze u závazků v oblasti lidských zdrojů. Jeho síla je však slabá. Informace o nich poskytovaly jen výroční zprávy velkých podniků. Avšak ani u nich zahrnutí této informace nebylo příliš rozšířené – informaci obsahovalo jen 8 % VZ (tj. 4 VZ).

Jak vyplývá z tabulky č. 1, byl statisticky významný rozdíl prokázán také u dalších třech tématech – Racionalizace a optimalizace procesů či jednotlivých činností, Investice s pozitivním dopadem na životní prostředí a Poskytování benefitů zaměstnancům. Opětovně i zde je však síla vztahu nízká. Ve všech případech to však byly velké podniky, které o nich informovaly častěji – viz graf č. 3. Informace o racionalizaci a optimalizaci procesů či jednotlivých činností se ve VZ velkých podniků objevuje 2,8krát častěji než ve VZ menších podniků, informace o investicích s pozitivním dopadem na životní prostředí 3,4krát častěji a informace o poskytovaných benefitech 2,5krát častěji.

**Graf č. 3: Statisticky významný rozdíl v zahrnutí informací o dalších CSR tématech do VZ mezi skupinami podniků (dle velikosti)**



Zdroj: autorka

V dalším kroku bylo šetřeno, **zda velké podniky reportují ve svých VZ o CSR tématech ve větším rozsahu než podniky menší.** Kvůli dodržení podmínek  $\chi^2$  testu dobré shody byl rozsah měřený délkou poskytované informace převeden ze šestibodové<sup>20</sup> na třibodovou škálu – informace neuvedena, malý rozsah (do 1 odstavce) a velký rozsah (od 2 odstavců dále). Seznam všech témat, u kterých byl šetřen vztah s velikostí podniku zobrazuje příloha C. Seznam témat je kratší než u hlediska volba témat, jelikož u některých kategorií nebylo účelné či smysluplné rozsah zkoumat.

Statisticky významný rozdíl byl prokázán pouze u dvou CSR témat – u Současných priorit a u Investic s pozitivním dopadem na životní prostředí. Vzhledem k řídkosti dat v kontingenční tabulce nebyl u prvně zmíněné kategorie zkoumán rozsah informace za jednotlivé oblasti, ve kterých mohly být současné priority formulovány, ale pouze souhrnná informace<sup>21</sup>. Tabulka č. 2 zobrazuje rozložení dat.

Z analýzy vyplývá, že pokud je informace o Současných prioritách ve VZ uvedena, je její rozsah převážně malý. Na této skutečnosti nemění nic ani rozdělení dle velikosti podniku. Z výsledků je však patrné, že pokud už je informaci věnován větší rozsah, lze ho častěji nalézt ve VZ velkých podniků. Ačkoliv s využitím  $\chi^2$  testu dobré shody bylo zjištěno, že rozdíl v rozsahu reportování je u tohoto tématu mezi zkoumanými skupinami podniků statisticky významný ( $\chi^2$  (2, N=104)=8,039,  $p<0,05$ ), síla tohoto vztahu je malá ( $tc=0,270$ ,  $p=0,009$ ). I přes

<sup>20</sup> Bliže o způsobu měření rozsahu poskytovaných informací viz Kašparová, 2011, str. 79.

<sup>21</sup> Pro souhrnnou hodnotu rozsahu bylo zvoleno nejvyšší dosažené bodové hodnocení napříč danými oblastmi.

snahu o redukci polí v kontingenční tabulce došlo vzhledem k řídkosti dat k porušení podmínek  $\chi^2$  testu dobré shody a proto je třeba brát daný výsledek s vyšší mírou obezřetnosti.

**Tabulka č. 2: Rozsah poskytované informace o současných prioritách versus velikost podniku**

|                  |               | Rozsah poskytované informace |                             |                                   | Celkem         |
|------------------|---------------|------------------------------|-----------------------------|-----------------------------------|----------------|
|                  |               | informace neuvedena          | malý rozsah (do 1 odstavce) | velký rozsah (od 2 odstavců výše) |                |
| Velikost podniku | menší podniky | 26<br>48,1 %                 | 27<br>50,0 %                | 1<br>1,9 %                        | 54<br>100,0 %  |
|                  | větší podniky | 13<br>26,0 %                 | 31<br>62,0 %                | 6<br>12,0 %                       | 50<br>100,0 %  |
| Celkem           |               | 39<br>37,5 %                 | 58<br>55,8 %                | 7<br>6,7 %                        | 104<br>100,0 % |

Zdroj: autorka

Také u kategorie Investice s pozitivním dopadem na životní prostředí byla kvůli řídkosti dat utvořena souhrnná umělá proměnná<sup>22</sup>. Z dat v tabulce č. 3 je patrné, že v souhrnu není mnoho VZ, které by o ní informovalo. Také z nich vyplývá, že se velký rozsah informací o této kategorii objevuje pouze ve VZ velkých podniků. Tyto zprávy však tvoří jen 4 % ze všech VZ velkých podniků a 13 % z VZ, kde se informace o ní objevuje.

Ačkoliv s využitím  $\chi^2$  testu dobré shody je možné konstatovat, že existuje statisticky významný rozdíl v rozsahu reportování o tomto CSR tématu mezi zkoumanými skupinami podniků ( $\chi^2$  (2, N=104)=6,471,  $p<0,05$ ), je třeba brát daný výsledek s vyšší mírou obezřetnosti kvůli porušení jeho podmínek. Ten je způsoben řídkostí dat v kontingenční tabulce. I zde je síla vztahu malá ( $t_c=0,193$ ,  $p=0,013$ ).

<sup>22</sup> Při souběhu podkategorií bylo pro potřeby této analýzy vzato vyšší dosažené bodové hodnocení rozsahu.

**Tabulka č. 3: Rozsah poskytované informace o investicích s pozitivním dopadem na životní prostředí versus velikost podniku**

|                  |               | Rozsah poskytované informace |                             |                                   | Celkem         |
|------------------|---------------|------------------------------|-----------------------------|-----------------------------------|----------------|
|                  |               | informace neuvedena          | malý rozsah (do 1 odstavce) | velký rozsah (od 2 odstavců výše) |                |
| Velikost podniku | menší podniky | 48<br>88,9 %                 | 6<br>11,1 %                 | 0<br>0,0 %                        | 54<br>100,0 %  |
|                  | větší podniky | 35<br>70,0 %                 | 13<br>26,0 %                | 2<br>4,0 %                        | 50<br>100,0 %  |
| Celkem           |               | 83<br>79,8 %                 | 19<br>18,3 %                | 2<br>1,9 %                        | 104<br>100,0 % |

Zdroj: autorka

Následně byl zkoumán vztah mezi velikostí podniku a druhým hlediskem přístupu – **kvalitou poskytovaných informací**. Ta byla popsána pomocí dvou ukazatelů – hloubky poskytovaných informací a výskytem vyjádření, které zvyšují důvěryhodnost poskytovaných informací.<sup>23</sup>

Nejprve bylo zjišťováno, **zda velké podniky reportují ve svých VZ o CSR tématech do větší hloubky než podniky menší**. Hloubka poskytované informace byla měřena dle míry poskytovaného detailu na třibodové ordinální škále. Vzhledem k tomu, že bylo s využitím otevřeného kódování zjištěno, že nemá smysl jak z logického tak obsahového hlediska míru hloubky některých kategorií zkoumat, byly zkoumány jen vybrané kategorie. Informaci o tom, které kategorie vstupovaly do této části analýzy viz příloha D, tabulka č. 1.

Statisticky významný vztah mezi hloubkou poskytované informace a zkoumanými skupinami podniků byl prokázán pouze u informací o investicích s pozitivním dopadem na životní prostředí ( $\chi^2(2, N=104)=6,310, p<0,05$ ). Síla tohoto vztahu je však velmi malá ( $tc=0,182, p=0,020$ ). Z tabulky č. 4 vyplývá, že větší podniky o tomto tématu častěji referují ve větší míře detailu než podniky menší. Na druhé straně je z dat patrné také to, že informování o investicích s pozitivním dopadem na životní prostředí není ve VZ příliš časté.

<sup>23</sup> Blíže viz Kašparová, 2011, str. 95 a 100.

**Tabulka č. 4: Hloubka poskytované informace o investicích s pozitivním dopadem na životní prostředí versus velikost podniku**

|                  |               | Hloubka poskytované informace |                  |                        | Celkem        |
|------------------|---------------|-------------------------------|------------------|------------------------|---------------|
|                  |               | informace neuvedena           | obecná informace | detaillnější informace |               |
| Velikost podniku | menší podniky | 48<br>88,9 %                  | 2<br>3,7 %       | 4<br>7,4 %             | 54<br>100,0 % |
|                  | větší podniky | 35<br>70,0 %                  | 8<br>16,0 %      | 7<br>14,0 %            | 50<br>100,0 % |
| Celkem           |               | 83<br>79,8%                   | 10<br>9,6%       | 11<br>10,6%            | 104<br>100,0% |

Zdroj: autorka

Následně bylo šetřeno, zda se velké podniky snaží do svých VZ častěji začlenit informace podporující důvěryhodnost poskytovaných informací než podniky menší. Statisticky významný rozdíl se však nepodařilo prokázat ani u jedné z kategorií zařazených pod toto souhrnné téma. Není tedy dostatek evidence pro tvrzení, že se v této oblasti reportování zkoumané skupiny podniků významně liší. Pro informaci o tom, které kategorie vstupovaly do této části hodnocení, viz příloha D, tabulka č. 2.

Další charakteristikou vnitřního prostředí, která byla podrobena analýze, bylo odvětví. Bylo zjišťováno, **zda příslušnost podniku k určitému odvětví ovlivňuje volbu CSR témat, o kterých ve své VZ informuje.**<sup>24</sup> Z analýzy vyplývá, že se volba CSR témat ve VZ podniků ze sledovaných odvětví příliš neliší.<sup>25</sup> Byly prokázány statisticky významné rozdíly pouze ve dvou tématech – informování o ISO 14001 ( $\chi^2(1, N=104)=9,465, p<0,01$ ) a informování o plnění zástupcům podniku<sup>26</sup> (Fisherův přesný test  $p<0,05$ ).

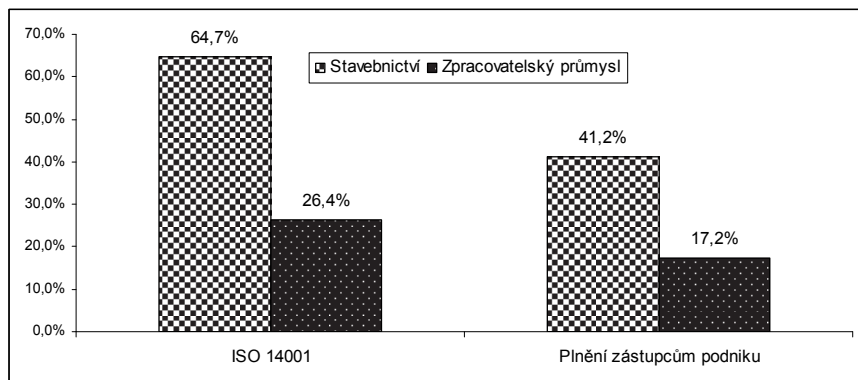
Jak vyplývá z grafu č. 4, v obou případech to jsou podniky ze stavebnictví, které o daných tématech informují ve svých VZ častěji. Informace o ISO 14001 se ve VZ podniků ze stavebnictví vyskytují 5,1krát častěji než ve VZ podniků ze zpracovatelského průmyslu ( $\phi=0,302, p=0,002$ , tj. míra asociace je střední), informace o plnění zástupcům podniku 3,4krát častěji ( $\phi=0,217, p=0,027$ , tj. míra asociace je nízká).

<sup>24</sup> Na základě toho byla zavedena umělá nominální proměnná, která roztříдила podniky do dvou skupin dle jejich příslušnosti ke zpracovatelskému průmyslu či stavebnictví.

<sup>25</sup> Pro informace o tom, které kategorie vstupovaly do hodnocení – viz příloha.

<sup>26</sup> Tj. informace o odměnách, poskytovaných benefitech a zároveň/nebo dalších plněních top managementu, členům představenstva a dozorčí rady.

**Graf č. 4: Statisticky významný rozdíl v zahrnutí informací o CSR tématech do VZ mezi skupinami podniků (dle odvětví)**



Zdroj: autorka

Další okruh specifických výzkumných otázek zjišťoval, zda existuje rozdíl v přístupu k CSR reportování dle deklarované inovační aktivity. Na základě výsledků výzkumu KPMG byl činěn předpoklad, že podniky s vyšší inovační aktivitou budou oproti ostatním podnikům vykazovat rozdíly v přístupu k CSR reportování ve dvou hlediscích – kvalitě poskytovaných informací a snaze o podporu zpětné vazby. Kategorie, které vstupovaly do hodnocení, zobrazují přílohy D, tabulky č. 1 i 2 a E. Rozdíly v přístupu ve sledovaných hlediscích se však mezi skupinami podniků s odlišnou mírou inovační aktivity nepodařilo prokázat.

Následující okruh specifických výzkumných otázek zjišťoval, zda existuje rozdíl v přístupu k CSR reportování dle deklarované kvality výrobků. Na základě výsledků výzkumu KPMG byl opětovně činěn předpoklad, že podniky s vyšší kvalitou produktů budou oproti ostatním podnikům vykazovat rozdíly v přístupu k CSR reportování ve dvou hlediscích – kvalitě poskytovaných informací a snaze o podporu zpětné vazby.<sup>27</sup> Pro informaci o tom, které kategorie vstupovaly do šetření – viz přílohy D, tabulky č. 1 i 2 a E.

Analýzou se nepodařilo prokázat, že by se podniky s vyšší kvalitou produktů věnovaly CSR tématům do větší hloubky. Též se nepodařilo prokázat, že by do svých VZ významně častěji zařazovaly témata podporující důvěryhodnost poskytovaných informací. U začleňování informací podporujících zpětnou vazbu je zjištění dvojí. Nepodařilo se prokázat, že by **podniky s vyšší kvalitou produktů**

<sup>27</sup> Proto byla vytvořena umělá dichotomická ordinální proměnná, která podniky rozdělila na podniky s vyšší kvalitou produktů v porovnání s konkurencí a podniky s kvalitou produktů nižší nebo stejnou jako u konkurence.

identifikovaly ve svých VZ významně častěji osoby odpovědné za VZ. Naopak se podařilo prokázat, že v nich **uvádí významně častěji různé formy neosobních kontaktních údajů**<sup>28</sup> – pro detailnější informaci viz příloha F.

Na základě výsledků výzkumu KPMG bylo také šetřeno, zda podniky uvádějící vyšší **úroveň kvalifikace** svých **pracovníků** častěji a detailněji reportují ve svých VZ o tzv. interních CSR tématech. Také bylo zkoumáno, zda se v nich častěji objevují informace, které mají posílit důvěryhodnost poskytovaných informací. Analýzou se však nepodařilo mezi takto vymezenými skupinami podniku prokázat statisticky významný rozdíl ani v jednom ze zkoumaných hledisek.

Výše uvedená hlediska přístupu se také stala předmětem analýzy u podniků, které uváděly, že mají v porovnání s konkurencí vyšší **náklady na pracovní sílu**.<sup>29</sup> Provedenou analýzou se nepodařilo prokázat, že by tyto podniky prokazatelně častěji a detailněji reportovaly ve svých VZ o tzv. interních CSR tématech. Pro informaci o tom, které kategorie vstupovaly do hodnocení viz příloha B a D, tabulka č. 1.

U výskytu informací, jež mají za cíl podpořit důvěryhodnost informací, je odpověď dvojitá. Nepodařilo se prokázat, že by se ve VZ podniků s vyššími náklady na pracovní sílu v porovnání s konkurencí častěji vyskytovalo prohlášení představenstva či dozorčí rady o kvalitě údajů uváděných ve VZ. Naopak se podařilo prokázat statisticky významný vztah mezi těmito skupinami podniků a zařazováním informací o souladu informací ve VZ s účetní závěrkou ( $\chi^2(1, N=102)=5,488, p<0,05$ ). Síla vztahu je však nízká ( $t_b=0,232, p(\text{jednosměrný})=0,010$ ). Z tabulky č. 5 vyplývá, že oproti předpokladu to jsou podniky s nízkými nebo stejnými náklady na pracovní sílu v porovnání s konkurencí, které tuto informaci zahrnují do svých VZ 3,1krát častěji.

**Tabulka č. 5: Výskyt poskytované informace o souladu informací ve VZ s účetní závěrkou versus míra nákladů na pracovní sílu**

|                            |  | Výskyt poskytované informace |              | Celkem         |
|----------------------------|--|------------------------------|--------------|----------------|
|                            |  | není uvedena                 | je uvedena   |                |
| Míra nákladů na prac. sílu | Náklady na pracovní sílu nižší nebo stejné jako u konkurence | 22<br>28,2 %                 | 56<br>71,8 % | 78<br>100,0 %  |
|                            | Vyšší náklady na pracovní sílu v porovnání s konkurencí      | 13<br>54,2 %                 | 11<br>45,8 % | 24<br>100,0 %  |
| Celkem                     |  | 35<br>34,3 %                 | 67<br>65,7 % | 102<br>100,0 % |

Zdroj: autorka

<sup>28</sup> Kromě fyzické poštovní adresy, kde se statisticky významný rozdíl neprokázal.

<sup>29</sup> Proto byla zavedena umělá dichotomická ordinální proměnná, která podniky rozdělila na podniky s vyššími náklady na pracovní sílu v porovnání s konkurencí a podniky s náklady na pracovní sílu nižší nebo stejnou jako u konkurence.

Další větší okruh specifických výzkumných otázek zjišťoval, zda existuje rozdíl v přístupu k CSR reportování dle původu vlastníka podniku. Na základě výsledků předchozích výzkumů byl činěn předpoklad, že podniky, jejichž vlastníci pocházejí z ekonomicky rozvinutých zemí, budou oproti ostatním podnikům vykazovat rozdíly v přístupu k CSR reportování ve všech jeho hlediscích.<sup>30</sup>

Nejprve bylo šetřeno, **zda podniky, jejichž vlastníci pocházejí z ekonomicky rozvinutějších zemí, reportují ve svých VZ o CSR tématech více než podniky, jejichž vlastníci jsou z ČR či zemí bývalého Východního bloku**. Pro bližší informaci o tom, které kategorie vstupovaly do hodnocení viz příloha B. Téma, u kterých byl prokázán statisticky významný rozdíl shrnuje tabulka č. 6. Síla asociace je však u všech zmíněných proměnných malá.

**Tabulka č. 6: Statisticky významný rozdíl mezi volbou CSR témat a původem vlastníka**

| Vztah proměnných                     | $\chi^2$ | df  | N  | p     | Fisherův přesný test p | $\phi$ | p     |
|--------------------------------------|----------|-----|----|-------|------------------------|--------|-------|
| Původ vlastníka podniku vs           |          |     |    |       |                        |        |       |
| Současné priority v oblasti:         |          |     |    |       |                        |        |       |
| – životního prostředí                | ---      | --- | 87 | ---   | <0,05                  | 0,218  | 0,042 |
| Racionalizace a optimalizace procesů | ---      | --- | 87 | ---   | <0,05                  | 0,240  | 0,025 |
| Nefinanční audit <sup>31</sup>       | 5,297    | 1   | 87 | <0,05 | ---                    | 0,247  | 0,021 |
| Závazky v oblasti:                   |          |     |    |       |                        |        |       |
| – lidských zdrojů                    | ---      | --- | 87 | ---   | <0,05                  | 0,261  | 0,015 |

Zdroj: autorka

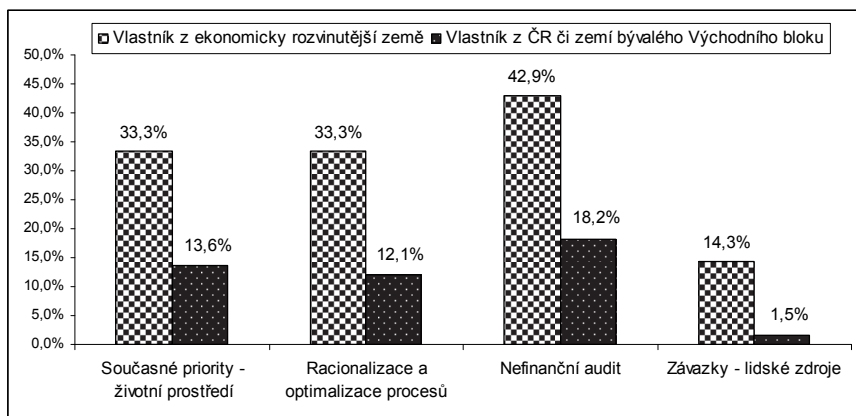
<sup>30</sup> Byla vytvořena umělá dichotomická nominální proměnná, která podniky rozdělila na podniky, jejichž vlastníci pocházejí z ekonomicky rozvinutějších zemí a podniky, jejichž vlastníci pocházejí z ČR či zemí bývalého Východního bloku – rozložení podniků ve vzorku dle této proměnné viz příloha G.

<sup>31</sup> V podrobnějším členění byl statisticky významný vztah prokázán jen u některých typů auditu – u vnitřního auditu (Fisherův přesný test  $p < 0,05$ ;  $\phi = 0,284$ ,  $p = 0,008$ ) a vnějšího auditu (Fisherův přesný test  $p < 0,05$ ;  $\phi = 0,240$ ,  $p = 0,025$ ).



Jak vyplývá z grafu č. 5, ve všech případech jsou zobrazená témata volena častěji podniky, jejichž vlastníci pocházejí z ekonomicky rozvinutější země. Tyto podniky ve svých VZ 3,2krát častěji referovaly o současných prioritách v oblasti životního prostředí, 3,6krát o racionalizaci a optimalizaci procesů či jednotlivých činnostech, 3,4krát o nefinančním auditu (o vnitřním auditu 6,6krát častěji, o vnějším auditu 3,6krát častěji) a 10,8krát častěji o závazcích v oblasti lidských zdrojů.

**Graf č. 5: Statisticky významný rozdíl v zahrnutí informací o CSR tématech do VZ mezi skupinami podniků (dle původu vlastníka)**



Zdroj: autorka

Následně bylo zkoumáno, zda podniky, jejichž vlastníci pocházejí z ekonomicky rozvinutějších zemí, reportují ve svých VZ o CSR tématech ve větším rozsahu než podniky, jejichž vlastníci jsou z ČR či zemí bývalého Východního bloku. Statisticky významný rozdíl byl prokázán u třech témat – viz příloha H. Tento výsledek je však třeba brát s velkou opatrností, protože i přes agregaci dat došlo k porušení podmínek  $\chi^2$  testu dobré shody. Obsah kontingenčních tabulek spíše ukazuje na jeho neprůkaznost – viz opětovně příloha H.

Dále bylo zjišťováno, zda podniky, jejichž vlastníci pocházejí z ekonomicky rozvinutějších zemí, reportují ve svých VZ o CSR tématech do větší hloubky než podniky, jejichž vlastníci jsou z ČR či zemí bývalého Východního bloku. Hloubka poskytované informace byla opětovně měřena dle míry poskytovaného detailu na třibodové ordinální škále a pouze u vybraných kategorií – bliže viz příloha D, tabulka č. 1.

Statisticky významný vztah mezi hloubkou poskytované informace a zkoumanými skupinami podniků byl prokázán pouze u informací o dvou typech nefinančního auditu – vnitřního ( $\chi^2$  (2, N=87)=7,958,  $p<0,05$ ; V=0,302,  $p=0,019$ )

a vnějšího ( $\chi^2(2, N=87)=13,497, p<0,01; V=0,394, p=0,001$ ). V obou případech však byla porušena v důsledku řídkosti dat v polích kontingenčních tabulek podmínka  $\chi^2$  testu dobré shody, proto je nutné brát výsledek s určitou opatrností. Cramerovo V však signalizuje středně silnou asociaci.

Z obsahu kontingenčních tabulek vyplývá – viz příloha I, že VZ podniků, jejichž vlastníci pocházejí z ekonomicky rozvinutějších zemí, poskytují informace o těchto typech nefinančního auditu častěji. Na druhé straně tyto výsledky také ukazují, že jejich VZ také často obsahují i málo detailní informace, čímž se odlišují od VZ podniků, jejichž vlastníci jsou z ČR či zemí bývalého Východního bloku. Ty buď informaci o těchto typech auditu nepodávají, nebo, když už o ní referují, tak činí ve větší míře detailu.

V souvislosti s kvalitou poskytovaných informací a snahou o podporu zpětné vazby bylo také šetřeno, zda podniky, jejichž vlastníci pocházejí z ekonomicky rozvinutějších zemí, zařazují do svých VZ častěji témata podporující důvěryhodnost poskytovaných informací a zpětnou vazbu. Statisticky významný rozdíl se mezi sledovanými skupinami podniků a zařazováním těchto témat do VZ nepodařilo prokázat.

Předposlední větší okruh specifických výzkumných otázek zjišťoval, zda existuje rozdíl v přístupu k CSR reportování dle míry souběhu vlastnictví a řízení podniku. Na základě teorie a výsledků předchozích výzkumů byl činěn předpoklad, že podniky, u kterých je vlastnictví odděleno od řízení, budou oproti ostatním podnikům vykazovat rozdíly v přístupu k CSR reportování a to ve všech jeho hlediscích.<sup>32</sup>

Nejprve bylo zjišťováno, **zda podniky, u kterých je vlastnictví odděleno od řízení, reportují ve svých VZ o CSR tématech více než podniky se souběhem vlastnictví a řízení**. Statisticky významný rozdíl ve volbě témat byl prokázán hned u několika témat – viz tabulka č. 7. Síla vztahu je však vždy malá. Informace o tom, které kategorie vstupovaly do hodnocení – viz příloha B.

<sup>32</sup> Byla vytvořena umělá dichotomická ordinální proměnná, která podniky rozdělila na podniky, kde je vlastnictví odděleno od řízení a podniky se souběhem vlastnictví a řízení. Kritická hranice byla stanovena na 5 % – viz Blažek et al., 2007, str. 120.

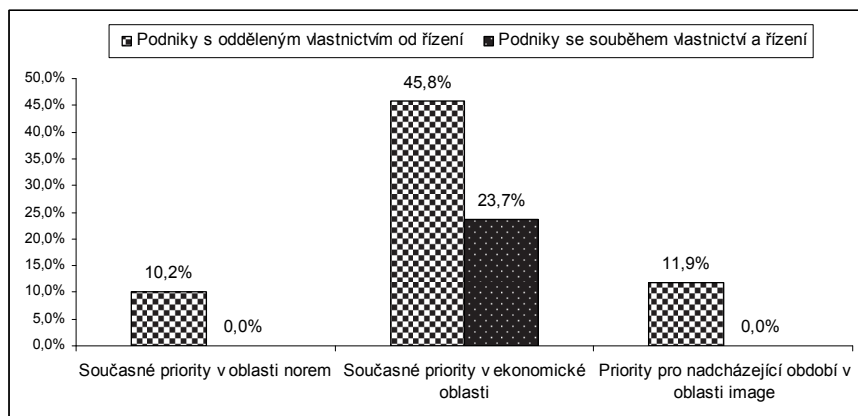
**Tabulka č. 7: Statisticky významný rozdíl mezi volbou CSR témat a mírou souběhu vlastnictví a řízení**

| Vztah proměnných                           | $\chi^2$ | df  | N  | p     | Fisherův přesný test p | tc    | p (jedno-směrný) |
|--|----------|-----|----|-------|------------------------|-------|------------------|
| Míra souběhu vlastnictví a řízení versus   |          |     |    |       |                        |       |                  |
| Současné priority v oblasti:               |          |     |    |       |                        |       |                  |
| – norem                                    | ---      | --- | 97 | ---   | <0,05                  | 0,206 | 0,022            |
| – ekonomické                               | 4,827    | 1   | 97 | <0,05 | ---                    | 0,223 | 0,014            |
| Priority pro nadcházející období v oblasti |          |     |    |       |                        |       |                  |
| – image                                    | ---      | --- | 97 | ---   | <0,05                  | 0,224 | 0,014            |
| Racionalizace a optimalizace procesů       | 4,699    | 1   | 97 | <0,05 | ---                    | 0,220 | 0,016            |
| Nefinanční audit                           |          |     |    |       |                        |       |                  |
| – vnější                                   | 5,722    | 1   | 97 | <0,05 | ---                    | 0,220 | 0,016            |
| Spolupráce se:                             |          |     |    |       |                        |       |                  |
| – vzdělávacími a výzkumnými institucemi    | 6,499    | 1   | 97 | <0,05 | ---                    | 0,259 | 0,006            |
| Poskytované benefity                       | 7,592    | 1   | 97 | <0,05 | ---                    | 0,280 | 0,003            |

Zdroj: autorka

Jak zobrazuje graf č. 6, informace o prioritách (ať už současných nebo pro následující období) v níže určených oblastech jsou častěji do VZ zařazovány podniky, ve kterých je vlastnictví odděleno od řízení. Informace o současných prioritách v oblasti norem a prioritách pro následující období v oblasti image se objevují jen ve VZ těchto podniků. Informace o současných prioritách v ekonomické oblasti uvádějí tyto podniky ve svých VZ 2,7krát častěji než ty, kde k souběhu dochází.

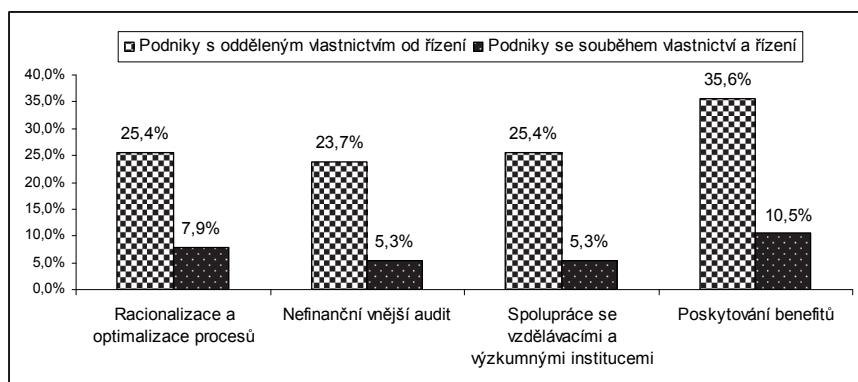
**Graf č. 6: Statisticky významný rozdíl v zahrnutí informací o souhrnném tématu Směřování podniku do VZ mezi skupinami podniků (dle míry souběhu vlastnictví a řízení)**



Zdroj: autorka

I o tématech, jež zobrazuje graf č. 7, referují ve svých VZ častěji podniky, které mají odděleno vlastnictví od řízení. Informace o racionalizaci a optimalizaci procesů či jednotlivých činností uvádějí tyto podniky ve svých VZ 4,0krát častěji než ty, kde k souběhu dochází. Informace o nefinančním vnějším auditu zmiňují 5,6krát častěji, o spolupráci se vzdělávacími a výzkumnými institucemi 6,1krát častěji a o poskytování benefitů 4,7krát častěji.

**Graf č. 7: Statisticky významný rozdíl v zahrnutí informací o dalších CSR tématech do VZ mezi skupinami podniků (dle míry souběhu vlastnictví a řízení)**



Zdroj: autorka

Posléze bylo šetřeno, zda podniky, u kterých je vlastnictví odděleno od řízení, reportují ve svých VZ o CSR tématech ve větším rozsahu než podniky se souběhem vlastnictví a řízení. Kvůli dodržení podmínek  $\chi^2$  testu dobré shody byl rozsah měřený délkou poskytované informace opětovně převeden na třibodovou škálu. Statisticky významný vztah byl prokázán u čtyř témat – Racionalizace a optimalizace procesů, Nefinančního vnějšího auditu, Vzdělávání zaměstnanců a Poskytovaných benefitech.

Z obsahu kontingenčních tabulek uvedených v příloze J vyplývá, že ve větším rozsahu informují o těchto tématech jen podniky, u kterých je vlastnictví odděleno od řízení. Tento výsledek je však nutné brát s opatrností vzhledem k porušení podmínek  $\chi^2$  testu dobré shody. Také síla vztahu je až na výjimku kategorie Poskytované benefity zanedbatelná, tj.  $tc < 0,20$ .

Dále bylo zkoumáno, zda podniky, u kterých je vlastnictví odděleno od řízení, reportují ve svých VZ o CSR tématech do větší hloubky než podniky se souběhem vlastnictví a řízení. Hloubka poskytované informace byla opětovně měřena dle míry poskytovaného detailu. Informaci o tom, které kategorie vstupovaly do této části analýzy viz příloha D, tabulka č. 1. S využitím  $\chi^2$  testu dobré shody byl prokázán statisticky významný vztah v hloubce reportování mezi sledovanými skupinami jen u jedné kategorie – Poskytované benefity.

Z obsahu kontingenční tabulky uvedené v příloze K vyplývá, že do větší hloubky informují o tomto tématu podniky, u kterých je vlastnictví odděleno od řízení. Uvedenou závislost je však třeba brát s velkou mírou obezřetnosti, protože i v tomto případě byla kvůli řídkosti zastoupení dat v tabulce porušena podmínka  $\chi^2$  testu dobré shody.

Po té bylo šetřeno, zda podniky, u kterých je vlastnictví odděleno od řízení, zařazují do svých VZ častěji témata podporující důvěryhodnost poskytovaných informací a zpětnou vazbu. Mezi sledovanými skupinami podniků a zařazováním těchto témat do VZ se však nepodařilo prokázat statisticky významný rozdíl.

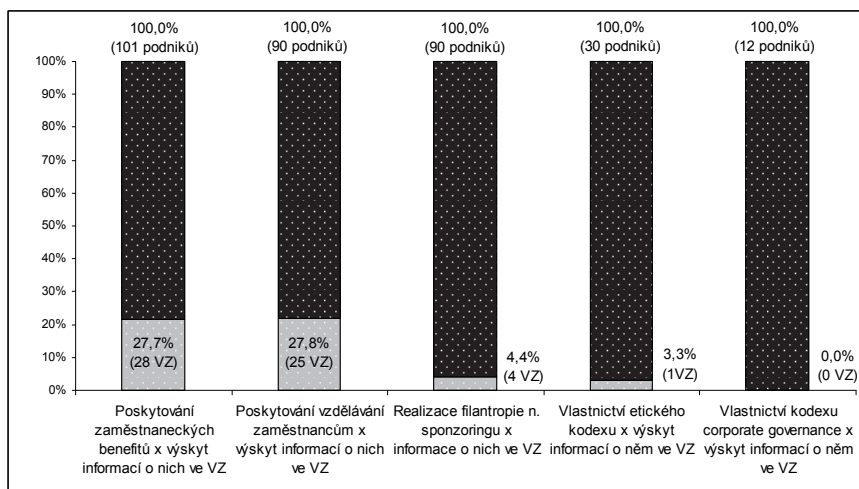
Poslední okruh specifických výzkumných otázek se týkal zjištění, zda má realizace vybraných aktivit vliv na vybraná hlediska přístupu k CSR reportování. Vybranými aktivitami byly:

- poskytování zaměstnaneckých výhod,
- vzdělávání zaměstnanců,
- realizace sponzoringu a filantropie,
- vlastnictví kodexů a
- vlastnictví certifikátů.

Prvním zkoumaným hlediskem byla volba CSR témat. Zde byl činěn předpoklad, že pokud podnik danou činnost vykonává, bude o ní ve VZ informovat. Výsledky analýzy s vynecháním poslední aktivity zobrazuje graf č. 8. Z dotazování vyplynulo, že alespoň některým skupinám zaměstnanců poskytují zaměstnanecké benefity všechny zkoumané podniky. Též bylo zjištěno, že alespoň jeden benefit všem zaměstnancům poskytuje 101 podniků. Ovšem pouze ve 27,7 % VZ (tj. ve 28 ze 101 možných VZ) byla uvedena informace o jejich poskytování. Vzdělávání svým zaměstnancům poskytuje 90 podniků, informace o něm se však objevují jen ve 27,8 % VZ (tj. ve 25 z 90 možných VZ).

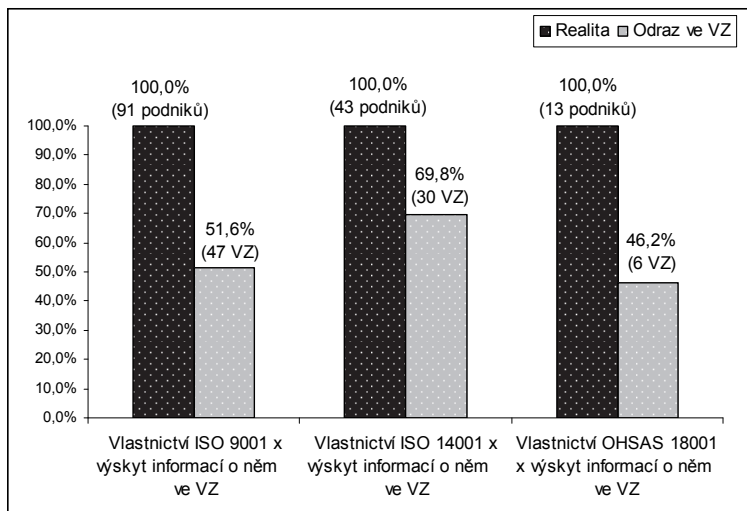
Z grafu je patrné, že u ostatních uváděných aktivit je jejich odraz ve VZ ještě nižší. Filantropii či sponzoring využívá 90 podniků, ve VZ informaci o této činnosti uvádí jen 4,4 % podniků (informace se tedy objevuje jen ve 4 z 90 možných VZ). Etický kodex vlastní 30 podniků, informace o jeho existenci lze nalézt jen v jedné VZ. Kodex corporate governance vlastní 12 podniků – informace o něm neuvádí ve své VZ ani jeden z nich.

**Graf č. 8: Realizace aktivit versus jejich odraz ve VZ**



Zdroj: autorka

Graf č. 9 zobrazuje výsledky analýzy za poslední aktivitu – vlastnictví vybraných certifikátů. Vyplyvá z nich, že oproti výše uvedeným aktivitám je u nich odraz informací ve VZ vyšší. 91 podniků vlastní ISO 9001, informaci o něm uvádí 51,6 % VZ (tj. 47 z 91 možných VZ). ISO 14001 vlastní 43 podniků, informaci o jeho vlastnictví poskytuje 69,8 % z nich. OHSAS 18001 vlastní 13 podniků – informaci o něm lze nalézt ve 46,2 % VZ (tj. v 6 ze 13 možných VZ).

**Graf č. 9: Realizace aktivit versus jejich odraz ve VZ – certifikáty**

Zdroj: autorka

Nad rámec schematicky zobrazených specifických výzkumných otázek v obrázku č. 2 bylo též šetřeno, zda podniky vlastníci certifikát, jenž upravuje chování podniku v určité oblasti, informují ve svých VZ o této oblasti více než podniky, které certifikát nevlastní. Zjištění by mělo dát odpověď na otázku, zda přihlášení se k určitým standardům vybrané organizace a jejich dodržování ovlivňuje výskyt témat vážících se k dané oblasti.

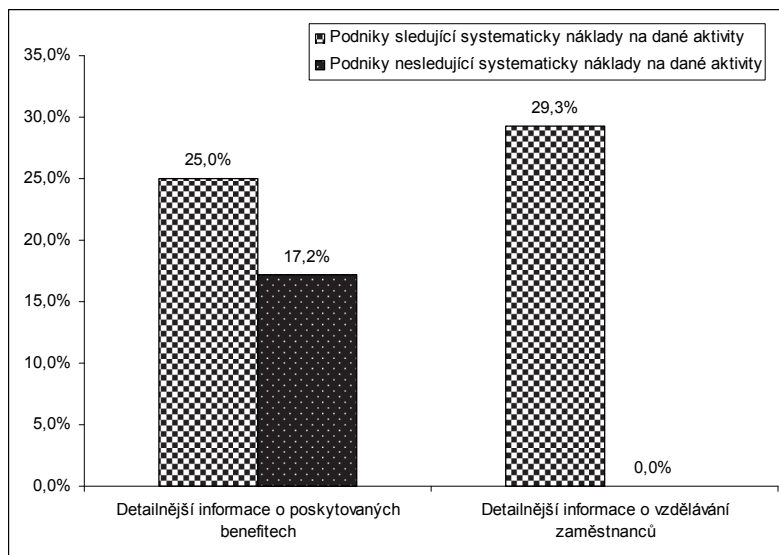
Podniky vlastníci ISO 14001 na sebe přebírají závazek snižování negativního dopadu svých aktivit na životní prostředí. Uplatňování a zlepšování environmentálního systému musí mimo jiné i dokumentovat. Analýzou však nebylo prokázáno, že by podniky vlastníci ISO 14001 informovaly ve svých VZ častěji o svých aktivitách na ochranu životního prostředí či o provádění aktivit s pozitivním dopadem na životní prostředí než ty, které tento certifikát nevlastní.

Pokud podnik získá certifikaci dle normy OHSAS 18001, musí mít vypracovaný systém řízení ochrany zdraví a bezpečnosti práce. Proto bylo zjišťováno, zda podniky vlastníci OHSAS 18001 informují ve svých VZ častěji o bezpečnosti a ochraně při práci než ty, které certifikát nevlastní. Ani v tomto případě nebyl analýzou zjištěn významný rozdíl mezi zkoumanými skupinami podniků. Je však vhodné uvést, že ze 13 podniků certifikovaných dle této normy pouze jeden uváděl ve své VZ informaci o bezpečnosti a ochraně zdraví při práci.

Vliv aktivit na druhé hledisko přístupu – hloubku poskytované informace – byl zkoumán jen u kategorií Poskytované benefity a Vzdělávání zaměstnanců. Byl

zde činěn předpoklad, že pokud podniky systematicky sledují náklady na tyto aktivity, budou o nich informovat ve svých VZ do větší hloubky. Hloubka poskytované informace byla opětovně měřena dle míry poskytovaného detailu. Výsledky provedené analýzy zobrazuje graf č. 10.

**Graf č. 10: Systematické sledování nákladů versus hloubka poskytované informace**



Zdroj: autorka

Analýzou se nepodařilo prokázat statisticky významný rozdíl mezi sledovanými skupinami podniků v hloubce poskytovaných informací o zaměstnaneckých benefitech. Tento rozdíl se však podařil prokázat u informací o vzdělávání zaměstnanců ( $\chi^2(2, N=75)=6,714, p<0,05; tc=0,225, p=0,000$ ). Síla vztahu je ale nízká. Lze konstatovat, že podniky, ve kterých jsou systematicky sledovány náklady na vzdělávání zaměstnanců, informují o tomto tématu ve svých VZ do větší hloubky než podniky, kde tomu tak není. Je však nutné upozornit, že v obou případech byla porušena podmínka  $\chi^2$  testu dobré shody, proto je třeba brát uvedené závěry s větší dávkou opatrnosti.



## Zodpovězení – vztah mezi charakteristikami vnitřního prostředí a přístupem k začleňování CSR informací do VZ

Pomocí formulace první obecné výzkumné otázky (dále též OVO č. 1) byla hledána odpověď na to, jaký je vztah mezi charakteristikami vnitřního prostředí a přístupem podniků k začleňování CSR informací do výročních zpráv. Vzhledem ke své vyšší míře obecnosti byla zúžena několika specifickými výzkumnými otázkami (dále též SVO). Proto lze odpověď na ni získat akumulací a integrací odpovědí na jednotlivé položené SVO.

Jelikož zde byl přístup k začleňování CSR informací hodnocen pomocí tří hledisek, bude odpověď na OVO strukturována dle nich. Při posuzování odlišností v reportování v jednotlivých hlediscích přístupu mezi skupinami podniků byla hodnocena nejčastěji uváděná témata vyskytující se ve stěžejní části VZ – v tzv. těle VZ. Existence vztahu byla zjišťována pomocí  $\chi^2$  testu dobré shody, příp. Fisherova přesného testu. K odhalení síly vztahu byly využity příslušné koeficienty asociace a korelace – jejich volba záležela na typu zkoumaných dat a velikosti kontingenčních tabulek.

První část níže uvedeného textu se bude zabývat **zodpověděním specifických výzkumných otázek vázících se k prvnímu hledisku přístupu** k začleňování CSR informací do VZ. Akumulací a integrací odpovědí na tyto SVO bude moci být zodpověděna první část OVO č. 1, která pátrá po vztahu mezi vybranými charakteristikami vnitřního prostředí a **volbou a rozsahem poskytované informace** o CSR tématech.

Nejprve bylo šetřeno, zda velké podniky informují ve svých VZ o CSR tématech častěji a ve větším rozsahu než podniky menší. V souladu s výsledky předchozích výzkumů (Hackston a Milne, 1996, str. 85, Douglas et al., 2004, str. 389, Gray, 2005, str. 12, Kašparová a Škapa, 2007, str. 642) se podařilo potvrdit, že **velikost podniku** ovlivňuje volbu CSR témat a právě velké podniky o nich reportují více. Rozdíl se však podařil prokázat pouze v šesti kategoriích (tam, kde se kategorie vnitřně členila, jen v několika podkategoriích). Zjištěné rozdíly ve volbě CSR témat mezi skupinami podniků ovšem nebyly, jak zobrazuje níže uvedená tabulka č. 8, příliš výrazné, byť byly statisticky významné.

Nejvíce se lišilo poskytování informací o současných prioritách a závazcích – vždy v oblasti lidských zdrojů a o spolupráci s vybranými typy stakeholderů – konkrétně se vzdělávacími, výzkumnými a státními institucemi. Z rozboru příslušných pasáží textu vyplývá, že se spolupráce často týkala získávání kvalifikovaných pracovníků či přenosu know-how. Na základě uvedeného lze konstatovat, že hlavní odlišnost ve volbě CSR témat mezi podniky s rozdílnou velikostí spočívá ve větším důrazu velkých podniků na oblast lidských zdrojů ve VZ.

Z výsledků také vyplývá, že velikost podniku nemá příliš velký vliv na rozsah poskytované informace, byť je větší než u všech ostatních zkoumaných charakteristik vnitřního prostředí. To, že větší podniky reportují ve svých VZ o CSR tématech ve větším rozsahu, se potvrdilo pouze u dvou témat – současných priorit a investic s pozitivním dopadem na životní prostředí. O obou těchto tématech velké podniky informovaly též častěji než podniky menší.

Výše rozsahu poskytovaných informací o současných prioritách je však částečně zkrslena tím, že byl u této kategorie hodnocen pouze souhrnný rozsah informace. Vyšší rozsah informací o investicích s pozitivním dopadem na životní prostředí může být vysvětlen vyšší hloubkou poskytované informace – viz dále. Jak vyšší výskyt tak i rozsah informací o tomto tématu ve VZ velkých podniků by mohl být částečně vysvětlen jejich vyšší viditelností, díky čemuž jsou jeho aktivity pod větším drobnohledem. Také to však může být způsobeno např. legislativou či obnovou majetku, která s sebou váže vydání značných finančních prostředků.

Další charakteristika podrobená zkoumání, zda-li ovlivňuje volbu CSR témat, byla příslušnost podniku k určitému **odvětví**. Z analýzy vyplynulo, že příslušnost volbu ovlivňuje, ale opět jen ve dvou tématech. Jak vyplývá z tabulky č. 8, výrazně se skupiny podniků lišily především v poskytování informací o ISO 14001 – více o něm informovaly podniky ze stavebnictví, které jsou dle něj certifikovány daleko častěji než podniky ze zpracovatelského průmyslu (87,5 % oproti 35,8 %).

Vliv na vyšší rozšířenost certifikace dle ISO 14001 u podniků ze stavebnictví má jistě zákon o veřejných zakázkách. Ten říká, že veřejný zadavatel může v odůvodněných případech požadovat v rámci prokázání technických kvalifikačních předpokladů mj. předložení certifikátu řízení z hlediska ochrany životního prostředí vydaného podle českých technických norem akreditovanou osobou (ZoVZ, §56, odst. 5). To vede zřejmě k vyššímu uvědomování si hodnoty vlastnictví tohoto certifikátu, což se pravděpodobně odráží i v obsahu VZ. Na druhé straně však nebylo prokázáno, že by podniky ze stavebnictví ve svých VZ častěji než podniky ze zpracovatelského průmyslu uváděly informace o investicích s pozitivním dopadem na životní prostředí a aktivitách na ochranu životního prostředí.

Dále bylo šetřeno, zda podniky, jejichž vlastníci pocházejí z **ekonomicky rozvinutějších zemí**, informují ve svých VZ o CSR tématech častěji a ve větším rozsahu než podniky, jejichž vlastníci jsou z ČR či zemí bývalého Východního bloku. V souladu s výsledky předchozích výzkumů (Douglas et al., 2004, str. 389, Gray, 2005, str. 12, Chapple a Moon, 2005, str. 434, Kašparová a Škapa, 2007, str. 642) se podařilo potvrdit, že původ vlastníka ovlivňuje volbu CSR témat. Je s nimi v souladu i zjištění, že o CSR tématech více reportují podniky, jejichž vlastníci pocházejí z ekonomicky rozvinutějších zemí.

**Tabulka č. 8: Významný vztah mezi volbou CSR témat a charakteristikami vnitřního prostředí**

| Díčí témata (kategorie)                      | Charakteristiky vnitřního prostředí   |                  |                                 |   |
|--|---|------------------|---------------------------------|---|
|  | velikost podniku  | odvětví          | původ vlastníka                 | oddělení vlastnictví od řízení                      |
| Současné priority                            | životní prostředí – 2,5×<br>ekonomická oblast – 2,9×<br>lidské zdroje – 5,4×<br>bezpečnost a ochrana zdraví při práci – jen velké |                  | životní prostředí – 3,2×        | ekonomická oblast – 2,7×<br>normy – jen s oddělením |
| Priority pro nadcházející období             |   |                  |                                 | image – jen s oddělením                             |
| Racionalizace a optimalizace procesů         | 2,8×  |                  | 3,6×                            | 4,0×  |
| Normy  |   | ISO 14001 – 5,1× |                                 |   |
| Nefinanční audit                             |   |                  | vnitřní – 6,6×<br>vnější – 3,6× | vnější – 5,6×                                       |
| Kontrola                                     |   |                  |                                 |   |
| Soudní spory                                 |   |                  |                                 |   |
| Investice – environment.                     | 3,4×  |                  |                                 |   |
| Aktivity – environment.                      |   |                  |                                 |   |
| Spolupráce se stakeholdery                   | vzdělávací a výzkumné instituce – 4,4×<br>státní úřady a instituce – jen velké  |                  |                                 | vzdělávací a výzkumné instituce – 6,1×              |
| Vztahy se stakeholdery                       |   |                  |                                 |   |
| Vzdělávání zaměstnanců                       |   |                  |                                 |   |
| Poskytované benefity                         | 2,5×  |                  |                                 | 4,7×  |
| Bezpečnost a ochrana zdraví                  |   |                  |                                 |   |
| Závazky                                      | lidské zdroje – jen velké   |                  | lidské zdroje – 10,8×           |   |
| Plnění zástupcům podniku                     |   | 3,4×             |                                 |   |
| Představenstvo, dozorčí rada – kvalita údajů |   |                  |                                 |   |
| Soulad info ve VZ s účetní závěrkou          |   |                  |                                 |   |
| Osoby odpovědné za VZ                        |   |                  |                                 |   |
| Kontaktní údaje                              |   |                  |                                 |   |

Legenda: číslo označuje, kolikrát častěji uvádí jedna skupina podniků téma oproti druhé skupině podniků

Zdroj: autorka

Rozdíl se však podařil prokázat pouze ve čtyřech kategoriích (tam, kde se kategorie vnitřně členila, jen v několika podkategoriích) – viz tabulka č. 8. Velmi výrazně se lišilo poskytování informací o závazcích v oblasti lidských zdrojů a pak též poskytování informací o nefinančním vnitřním auditu. Na rozdíl od velikosti podniku se u původu vlastníka nepodařilo prokázat, že by tato charakteristika prostředí měla vliv na rozsah poskytované informace o CSR tématech.

Následně bylo předmětem šetření, zda podniky, u kterých je **vlastnictví odděleno od řízení**, reportují ve svých VZ o CSR tématech více a ve větším rozsahu než podniky se souběhem vlastnictví a řízení. I zde se výsledky shodují se zjištěním CCC a Abbotta a Monsena, že čím menší je souběh vlastnictví a řízení podniku, tím častěji se ve VZ objevují informace o CSR tématech (CCC, 2000, str. 26, Abbott a Monsen, 1979, str. 506). Rozdíl se však podařil prokázat pouze u šesti kategorií (tam, kde se kategorie vnitřně členila, jen v několika podkategoriích). Oproti výše uvedeným charakteristikám vnitřního prostředí byly při působení tyto rozdíly ve volbě CSR témat mezi skupinami podniků až na jednu výjimku vždy výrazné.

Nejvíce se skupiny podniků členěné dle této proměnné odlišují v poskytování informací o spolupráci se vzdělávacími a výzkumnými institucemi, o nefinančním vnějším auditu a o poskytovaných benefitech zaměstnancům. Pouze podniky, ve kterých je vlastnictví odděleno od řízení, informují ve svých VZ o současných prioritách v oblasti norem a též o prioritách pro nadcházející období v oblasti image. Na druhé straně výsledky analýzy opět nejsou příliš průkazné pro tvrzení, že by daná charakteristika výrazněji ovlivňovala rozsah poskytované informace.

Hledání vztahu mezi volbou CSR témat a charakteristikami vnitřního prostředí nebylo omezeno jen na výše uvedené charakteristiky. Na základě analogie s výsledky výzkumů KPMG a Lina a Brauna byly identifikovány i některé další. Byl však u nich uplatněn trochu odlišný postup. Vztah s danou charakteristikou nebyl zkoumán ve všech kategoriích vyskytujících se v tzv. těle VZ, ale jen u vybraných, příp. byl zkoumán vztah mezi vykonáváním určité aktivity a odrazem poskytovaných informací o ní ve VZ.

Z analýzy vyplynulo, že ani úroveň kvalifikace pracovníků a ani míra nákladů na pracovníky pravděpodobně neovlivňují volbu interních CSR témat ve VZ. Ze srovnání výpovědí respondentů o vykonávání určité aktivity v podniku a informování o této aktivitě ve VZ vyplývá, že vykonávání určité aktivity není dobrou predikcí toho, že bude o dané aktivitě ve VZ referováno. Jedinou výjimkou je vlastnictví certifikátu, kde je zhruba poloviční šance na zahrnutí informace o něm do VZ.

Na základě výše uvedeného je možné zodpovědět **první část OVO č. 1: Jaký je vztah mezi charakteristikami vnitřního prostředí a volbou a rozsahem poskytovaných informací o CSR tématech?** V souladu s předchozími výzkumy

bylo zjištěno, že jak velikost podniku, tak příslušnost k odvětví, původ vlastníka a oddělení vlastnictví od řízení ovlivňují volbu některých CSR témat. **Nejčastěji ovlivňovanými tématy** napříč uvedenými charakteristikami jsou **současné priority** – byť se liší oblast, ve které jsou vytyčeny a **racionalizace a optimalizace procesů** či jednotlivých činností.

Bude-li měřen vliv charakteristik na volbu témat počtem témat, kde byl statisticky významný rozdíl mezi skupinami podniků prokázán, pak **volbu nejméně ovlivňuje příslušnost podniku k odvětví a nejvíce velikost podniku a míra souběhu vlastnictví s řízením**. Pokud bude ještě dále zohledněna výše rozdílu mezi skupinami podniků rozdělených podle daných charakteristik, pak z výsledků vyplývá, že **nejvýraznější vliv na volbu CSR témat má míra souběhu vlastnictví s řízením**. Naopak se **nezdá**, že by výše uvedené charakteristiky měly významný vliv na rozsah poskytovaných informací o CSR tématech. Dalším podstatným závěrem plynoucím z výsledků je, že **obsah VZ plně neodráží chování podniku v realitě**.

V následující části budou **zodpovězeny specifické výzkumné otázky vážící se k druhému hledisku přístupu** začleňování CSR informací do VZ – **kvalitě poskytovaných informací**. Ta byla hodnocena pomocí dvou ukazatelů – hloubky a důvěryhodnosti poskytovaných informací. Do hodnocení vstupovaly jen ty kategorie, u kterých bylo s využitím otevřeného kódování zjištěno, že u nich tato analýza má smysl. Na základě akumulace a integrace odpovědí na tyto SVO bude moci být zodpověděna druhá část obecné výzkumné otázky.

**Tabulka č. 9: Významný vztah mezi kvalitou poskytovaných informací o CSR tématech a charakteristikami vnitřního prostředí**

| Charakteristiky vnitřního prostředí | Kvalita poskytovaných informací   |                                     |
|-------------------------------------|-----------------------------------|-------------------------------------|
|                                     | hloubka                           | důvěryhodnost                       |
| Velikost podniku                    | investice – životní prostředí     | x                                   |
| Míra inovační aktivity              | x                                 | x                                   |
| Míra kvality produktů               | x                                 | x                                   |
| Míra kvalifikace pracovníků         | x                                 | x                                   |
| Míra nákladů na pracovní sílu       | x                                 | soulad info ve VZ s účetní závěrkou |
| Původ vlastníka                     | nefinanční vnitřní a vnější audit | x                                   |
| Míra souběhu vlastnictví a řízení   | poskytované benefity              | x                                   |

Legenda: x označuje situaci, kdy se nepodařilo prokázat statisticky významný vztah mezi danou charakteristikou prostředí a ukazatelem kvality poskytovaných informací v dané (pod)kategorii.

Zdroj: autorka

Z provedené analýzy vyplynulo, že hloubku poskytované informace ovlivňují jen některé charakteristiky vnitřního prostředí a to pouze v některých tématech, resp. pouze v určitých oblastech daného tématu. Výsledky, jež zobrazuje tabulka č. 9, je nutné vnímat s vyšší dávkou opatrnosti. Ačkoliv byl totiž statisticky významný vztah mezi proměnnými prokázán, došlo vždy k jedné ze dvou situací – buď byla síla vztahu nízká, nebo byla kvůli řídkosti dat porušena podmínka  $\chi^2$  testu dobré shody. Hloubka poskytovaných informací o CSR tématech není obecně ve VZ sledovaných podniků příliš vysoká – největší je dosahováno ve dvou kategoriích – u informací o nefinančním auditu a o investicích s pozitivním dopadem na životní prostředí (Kašparová, 2011, str. 102).

To se projevilo i v této části analýzy. Právě u výše zmíněných témat se podařilo prokázat, že je hloubka poskytovaných referencí částečně vysvětlitelná působením určité charakteristiky. Bylo zjištěno, pokud se již velké podniky rozhodnou ve svých VZ uvádět informace o investicích s pozitivním dopadem na životní prostředí, častěji je podávají ve větším detailu než podniky menší. Tato skutečnost může být vysvětlitelná již zmiňovanou vyšší viditelností podniků a s tím spojeným vyšším tlakem stakeholderů na omezování negativního dopadu aktivit podniku na životní prostředí. Stejně tak se podařilo prokázat, že pokud se již podniky, jejichž vlastníci pochází z ekonomicky rozvinutějších zemí, rozhodnou do svých VZ zařadit informaci o nefinančním vnitřním či vnějším auditu, pak ji podávají ve větší hloubce než podniky, jejichž vlastníci pochází z ČR či zemí bývalého Východního bloku.

Podařilo se též prokázat, že na podávání hlubších informací o poskytovaných benefitech má vliv míra souběhu vlastnictví a řízení podniku. Pokud se již podniky, kde je vlastnictví odděleno od řízení, rozhodnou poskytovat informaci o zaměstnaneckých benefitech, uvádí ji ve větší hloubce než podniky, kde k souběhu vlastnictví a řízení dochází. Možným vysvětlením je snaha o demonstraci hospodárného nakládání se zdroji či rutina v reportování v této oblasti. Zajímavé však je, že tato charakteristika již neovlivňuje hloubku informací o plnění zástupcům podniku.

Z výše uvedené tabulky č. 9 také vyplývá, že se až na jeden případ nepodařilo prokázat, že by sledované charakteristiky měly vliv na častější zařazování informací podporujících jejich důvěryhodnost. Určitá závislost byla prokázána jen u míry nákladů na pracovní sílu. Z výsledků vyplývá, že podniky, které deklarují vyšší náklady na pracovní sílu, referují ve svých VZ častěji o souladu informací ve VZ s účetní závěrkou než podniky, které mají tyto náklady nižší nebo stejné jako konkurence.

Vedle výše zmíněných charakteristik bylo též zkoumáno, zda systematické sledování nákladů v určitých oblastech, o kterém se dá předpokládat, že s sebou nese shromažďování vyššího objemu dat o daném tématu, ovlivňuje hloubku poskytované informace. Výsledek však není zcela průkazný. Rozdíl v hloubce

referování mezi skupinami podniků rozdělených dle vybrané charakteristiky byl prokázán u vzdělávání zaměstnanců. U informací o poskytovaných benefitech se tento rozdíl prokázat nepodařilo. I zde platí, že výsledky je třeba brát s určitou rezervou, jelikož v obou případech byla kvůli řídkosti dat porušena podmínka  $\chi^2$  testu dobré shody.

Na základě výše uvedeného je možné zodpovědět **druhou část OVO č. 1: Jaký je vztah mezi charakteristikami vnitřního prostředí a kvalitou poskytovaných informací o CSR tématech?** Z provedené analýzy vyplývá, že vztah je oproti předpokladům činěných na základě výsledků předchozích výzkumů či analogie k nim (Deegan a Rankin, 1996, str. 51, CCC, 2000, str. str. 26, Douglas et al., 2004, str. 389, Knox et al., 2005, str. 17, Gray, 2005, str. 12, Chapple a Moon, 2005, str. 434, Line a Braun, 2007, str. 41, Kašparová a Škapa, 2007, str. 642, KPMG, 2008b, str. 11) **zanedbatelný**. VZ podniků rozdělených dle těchto charakteristik nevykazují téměř žádné rozdíly v zařazování informací podporujících jejich důvěryhodnost a minimální v hloubce poskytované informace.

Také nelze jednoznačně tvrdit, že pokud podnik vykonává určitou činnost, která vede k většímu shromáždění informací o daném tématu, promítá tento soubor hlubších poznatků do obsahu VZ. Tato zjištění mohou být vysvětlitelná např. nezájmem stakeholderů o obsah VZ. To by pak mohlo způsobovat, že podnik nechápe vytváření VZ jako příležitost pro demonstraci své legitimacy či budování vztahů se stakeholdery, ale čistě jen jako svou zákonnou povinnost. Dalším možným vysvětlením je, že podniky nezveřejňují informace ve větší míře detailu zcela úmyslně, aby se vyhnuly možným protiopatřením ze strany veřejnosti či stakeholderů.

V následující části budou **zodpovězeny specifické výzkumné otázky vážící se ke třetímu hledisku přístupu** k začleňování CSR informací do VZ – **snaze o podporu zpětné vazby**. Ta byla hodnocena pomocí dvou ukazatelů – poskytování kontaktních údajů a poskytování informací o osobách odpovědných za sestavení VZ či její části. Na základě akumulace a integrace odpovědí na tyto SVO bude moci být zodpověděna poslední část OVO č. 1.

**Tabulka č. 10: Významný vztah mezi snahou o podporu zpětné vazby a charakteristikami vnitřního prostředí**

| Charakteristiky vnitřního prostředí | Snaha o podporu zpětné vazby     |                                 |
|-------------------------------------|----------------------------------|---------------------------------|
|                                     | kontaktní údaje                  | osoby odpovědné za sestavení VZ |
| Míra inovační aktivity              | x                                | x                               |
| Míra kvality produktů               | neosobní formy kontaktních údajů | x                               |
| Původ vlastníka                     | x                                | x                               |
| Míra souběhu vlastnictví a řízení   | x                                | x                               |

Legenda: x označuje situaci, kdy se nepodařilo prokázat statisticky významný vztah mezi danou charakteristikou prostředí a ukazatelem snahy o podporu zpětné vazby

Zdroj: autorka

Z tabulky č. 10 je patrné, že ani u jedné ze sledovaných charakteristik vnitřního prostředí se nepodařilo prokázat, že by ovlivňovala výskyt informací o osobách odpovědných za VZ. Stejně tak se nepodařilo, až na jednu výjimku, prokázat vztah mezi uvedenými charakteristikami a poskytováním informací o kontaktních údajích. Touto výjimkou byla míra kvality produktů. Z analýzy vyplývá, že VZ podniků, jež deklarovaly vyšší kvalitu produktů oproti konkurenci, obsahují prokazatelně častěji informace o neosobních formách kontaktních údajů – kromě fyzické poštovní adresy.

Na základě výše uvedeného je možné zodpovědět **poslední část OVO č. 1: Jaký je vztah mezi charakteristikami vnitřního prostředí a snahou o podporu zpětné vazby?** Z provedené analýzy vyplývá, že vztah je oproti předpokladům činěným na základě výsledků předchozích výzkumů či analogie k nim (Abbott a Monsen, 1979, CCC, 2000, str. 26, Douglas et al., 2004, str. 389, Gray, 2005, str. 12, Chapple a Moon, 2005, str. 434, Kašparová a Škapa, 2007, str. 642, str. 506 KPMG, 2008b, str. 11) **zanedbatelný**. Zkoumané charakteristiky pravděpodobně neovlivňují zařazování informací o osobách odpovědných za sestavení VZ či jejich částí a pouze jednou z nich lze částečně vysvětlit vyšší informování o některých typech neosobní formy kontaktu.

Vysvětlení zjištěných skutečností je nutné provést odděleně za jednotlivá témata. Malý rozdíl v reportování o kontaktních údajích mezi zkoumanými skupinami podniků dle jednotlivých charakteristik může být způsoben, částečně i díky legislativě, rutinou v poskytování této informace. Z toho pak vyplývá i obecně vysoký počet podniků, které tuto informaci ve svých VZ uvádějí.<sup>33</sup> Naopak neprokázání vlivu charakteristik na uvádění informací o osobách odpovědných za sestavení VZ či jejich částí může být způsobeno obecně malým výskytem této kategorie ve VZ (Kašparová, 2011, str. 82). Je také možné, že z různých důvodů

<sup>33</sup> Alespoň jednu formu kontaktu uvádí ve svých VZ téměř ¾ podniků.



zatím u veřejnosti či stakeholderů potřeba výskytu této informace nevyvstala a tak podnik k jejímu uvádění nic nevede.

Pokud bychom měli odpovědět **souhrnně na OVO č. 1: Jaký je vztah mezi charakteristikami vnitřního prostředí a přístupem podniků k začleňování CSR informací do výročních zpráv?**, tak je možné konstatovat, že ze sledovaných charakteristik mají na přístup k začleňování CSR informací do VZ větší vliv jen tři – **míra souběhu vlastnictví a řízení, velikost podniku a původ vlastníka**, přičemž nejvýznamněji působí prvně uvedená. Všechny tyto charakteristiky však způsobují rozdíly v reportování mezi sledovanými skupinami podniků především v prvním hledisku přístupu a to jen v jedné z jeho částí – **volbě CSR témat**. U **ostatních hledisek** je jejich vliv velmi malý až **zanedbatelný**. Překvapivým zjištěním je **slabý vliv** příslušnosti podniku k **odvětví**. Tato skutečnost však může být vysvětlitelná např. blízkostí sledovaných odvětví.

### 6.1.2 Vztah mezi charakteristikami vnějšího prostředí a přístupem k začleňování CSR informací do VZ

Druhá obecná výzkumná otázka (dále též OVO č. 2) vážící se k prvnímu výzkumnému cíli byla formulována:

**Jaký je vztah mezi charakteristikami vnějšího prostředí a přístupem podniků k začleňování CSR informací do výročních zpráv?**

Vzhledem ke své vyšší míře obecnosti byla dále specifikována několika specifickými výzkumnými otázkami (dále též SVO). Kvůli zachování přehlednosti nebyly SVO konkretizující OVO č. 2 ve výše uvedeném textu explicitně formulovány. Logiku jejich stanovení zobrazuje obrázek č. 3 na str. 42. Nebudou zkoumány vztahy mezi všemi charakteristikami vnějšího prostředí a hledisky přístupu podniků, ale jen ty, které se dají očekávat na základě teorie a výsledků již dříve realizovaných výzkumů – blíže viz podkapitola 4.3.

V níže uvedeném textu budou popsány výsledky provedené analýzy. Text bude svou strukturou kopírovat jednotlivé SVO implicitně formulované v kapitole 4.3. Podrobněji budou popsány jen ty proměnné, u kterých byl prokázán statisticky významný vztah.

Jednotlivými zkoumanými charakteristikami vnějšího prostředí byly:

- **důležitost stakeholderů,**
- **image,**
- **zájem o vstup do pracovního poměru a**
- **intenzita konkurenčního boje.**

Jednotlivými zkoumanými hledisky přístupu k začleňování CSR informací do VZ byly:

- volba témat a rozsah poskytovaných informací,
- kvalita poskytovaných informací a
- snaha o podporu zpětné vazby.

### **Výsledky výzkumu – vztah mezi charakteristikami vnějšího prostředí a přístupem k začleňování CSR informací do VZ**

Pomocí prvního okruhu specifických výzkumných otázek bylo šetřeno, zda existuje rozdíl v přístupu k CSR reportování dle míry důležitosti jednotlivých typů stakeholderů. Těmi byli:

- zákazníci,
- vlastníci,
- zaměstnanci,
- dodavatelé,
- věřitelé,
- komunita a
- stát.

Na základě legitimity, stakeholderské teorie a výsledků předchozích výzkumů byl činěn předpoklad, že míra důležitosti jednotlivých typů stakeholderů bude způsobovat rozdíly v přístupu ve dvou hlediscích – volbě témat a rozsahu poskytovaných informací a kvalitě poskytovaných informací.<sup>34</sup> Nejprve bylo zjišťováno, **zda VZ podniků, jejichž zástupci deklarují vysokou důležitost daného typu stakeholdera, obsahují pro něj více relevantních témat než VZ podniků, které uvádí jeho důležitost pouze malou až střední**. Následně bylo též zkoumáno, **zda je ve VZ těchto podniků věnováno relevantním tématům pro dané typy stakeholderů více prostoru**. Témata byla stanovena napříč všemi zkoumanými kategoriemi, tj. nejen v rámci těch, které se nejčastěji vyskytovaly v tzv. těle VZ. Jejich přehled lze nalézt v příloze L.

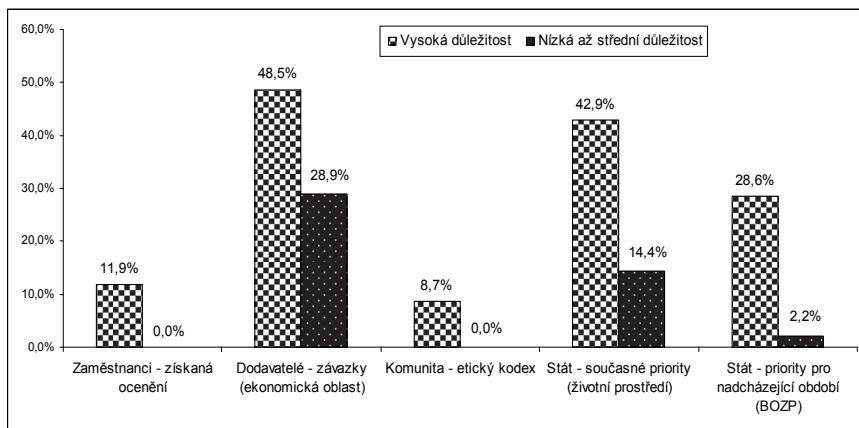
Provedenou analýzou se nepodařilo prokázat, že by podniky deklarující vysokou míru důležitosti jednotlivých typů stakeholderů věnovaly ve svých VZ větší rozsah textu tématům, které byly pro ně zvoleny jako relevantní. Naopak u volby alespoň některých témat a typů stakeholderů se významný rozdíl prokázat podařilo – viz níže uvedený graf a příloha L. Síla vztahu je však až na výjimku poslední kategorie uvedené v grafu č. 11 slabá.

Pouze podniky, které přisuzují vysokou důležitost zaměstnancům, obsahují v tzv. těle VZ informace o získaných oceněních podniku a jeho produktů.

<sup>34</sup> Proto byla vytvořena umělá dichotomická ordinální proměnná, která podniky rozdělila na podniky, jež danému typu stakeholdera přisuzují vysokou důležitost a podniky, jež mu přisuzují důležitost malou až střední.

Informace o nich se vyskytuje pouze v 7,7 % VZ (tj. v 8 ze 104 VZ). Stejně tak se podařilo prokázat, že podniky, které uvádějí vysokou důležitost dodavatelů, referují ve svých VZ 2,3krát častěji informaci o závazcích v ekonomické oblasti než podniky, které jim přisuzují důležitost nízkou až střední. Jak vyplývá z grafu č. 11, informaci o etickém kodexu do svých VZ zařazují pouze ty podniky, které deklarují vysokou důležitost komunity. Informace o něm se vyskytuje pouze v 1,9 % VZ (tj. ve 2 ze 103 VZ).

**Graf č. 11: Významný vztah mezi volbou CSR témat a mírou důležitosti jednotlivých typů stakeholderů**



Zdroj: autorka

U podniků, které deklarují vysokou důležitost státu, se podařilo prokázat významný rozdíl ve volbě relevantních témat hned u dvou kategorií – Současných prioritách v oblasti životního prostředí a Prioritách pro nadcházející období v oblasti bezpečnosti a ochrany zdraví při práci. První téma uvádějí tyto podniky 4,4krát častěji než podniky, které státu přisuzují nízkou až střední důležitost, druhé téma dokonce 17,6krát častěji.

Dále se stalo předmětem šetření, zda podniky reportují ve svých VZ o tématech relevantních pro jejich klíčové stakeholdery do větší hloubky a častěji do nich zařazují informace podporující důvěryhodnost obsahu VZ. Jako klíčoví stakeholderi byli na základě výsledků výzkumu identifikováni zákazníci a vlastníci – blíže viz příloha M. Hloubka poskytované informace byla opětovně měřena dle míry poskytovaného detailu na třibodové ordinální škále. Informaci o tom, které kategorie vstupovaly do této části analýzy – viz příloha L. Z analýzy vyplývá, že se statisticky významný rozdíl v reportování mezi zkoumanými skupinami podniků nepodařilo prokázat ani v hloubce poskytovaných informací ani v začleňování informací podporujících důvěryhodnost poskytovaných informací.

Druhý okruh specifických výzkumných otázek zjišťoval, zda existuje rozdíl v přístupu k CSR reportování dle míry ocenění jména podniku (image). Na základě teorie a výsledků předchozích výzkumů byl činěn předpoklad, že podniky, u kterých je ocenění jména podniku ve srovnání s konkurencí vyšší, budou oproti ostatním podnikům vykazovat rozdíly v přístupu k CSR reportování a to ve všech jeho hlediscích.<sup>35</sup> Nejprve bylo šetřeno, **zda podniky s deklarovaným vyšším image oproti konkurenci referují ve svých VZ o CSR tématech více než podniky, jejichž image je nižší nebo srovnatelné s konkurencí**. Následně bylo zkoumáno, zda se tyto skupiny podniků liší v rozsahu poskytovaných CSR informací. Seznam kategorií, které vstupovaly do této části analýzy – viz příloha B, resp. C.

Analýzou se nepodařilo prokázat, že by podniky s vyšším image reportovaly ve svých VZ o CSR tématech ve větším rozsahu než podniky s image nižší nebo srovnatelným s konkurencí. Rozdíl ve volbě témat se však mezi sledovanými skupinami podniků podařilo prokázat hned u čtyř (pod)kategorií – viz tabulka č. 11. Síla vztahu je však až na jednu výjimku malá.

**Tabulka č. 11: Statisticky významný rozdíl mezi volbou CSR témat a mírou ocenění jména podniku (image)**

| Vztah proměnných                           | $\chi^2$ | df  | N   | p     | Fisherův přesný test p | tc    | p (jedno-<br>směrný) |
|--|----------|-----|-----|-------|------------------------|-------|----------------------|
| Míra ocenění jména podniku versus          |          |     |     |       |                        |       |                      |
| Priority pro nadcházející období v oblasti |          |     |     |       |                        |       |                      |
| – image                                    | ---      | --- | 104 | ---   | <0,05                  | 0,290 | 0,002                |
| Spolupráce se                              |          |     |     |       |                        |       |                      |
| – zaměstnanci                              | ---      | --- | 104 | ---   | <0,05                  | 0,195 | 0,024                |
| Vzdělávání zaměstnanců                     | ---      | --- | 104 | ---   | <0,05                  | 0,223 | 0,012                |
| Kontaktní údaje                            |          |     |     |       |                        |       |                      |
| – telefon                                  | 6,331    | 1   | 104 | <0,05 | ---                    | 0,247 | 0,006                |
| – e-mail                                   | 10,188   | 1   | 104 | <0,05 | ---                    | 0,313 | 0,001                |
| – fax                                      | 7,516    | 1   | 104 | <0,05 | ---                    | 0,269 | 0,003                |

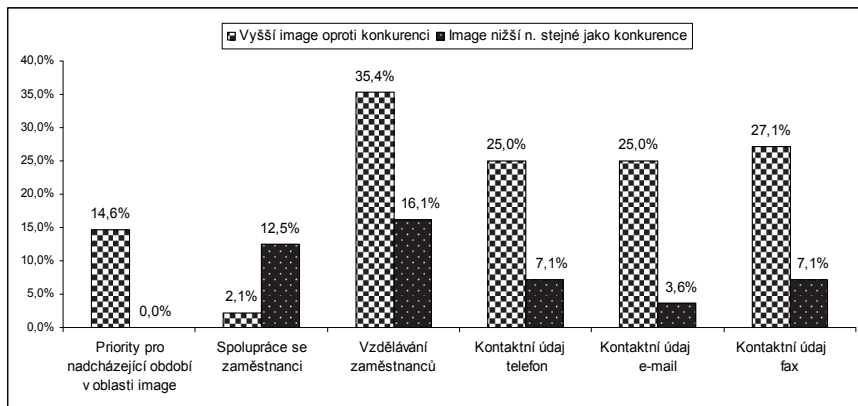
Zdroj: autorka

Jak je patrné z grafu č. 12, jsou to až na jednu kategorii vždy podniky s vyšším image, které o daných tématech referují častěji. Pouze ony informují ve svých VZ o prioritách pro nadcházející období v oblasti image. Jejich VZ také obsahují 2,8krát častěji informaci o vzdělávání zaměstnanců a informace o neosobních formách kontaktu – o telefonním čísle 4,3krát častěji, o e-mailu 9,0krát častěji a o faxovém čísle 4,7krát častěji. Naopak VZ podniků s nižším nebo stejným

<sup>35</sup> Byla vytvořena umělá dichotomická ordinální proměnná, která podniky rozdělila na podniky s vyšším image oproti konkurenci a podniky, jejichž image je nižší nebo srovnatelné s konkurencí.

image jako má konkurence obsahují 6,7krát častěji informace o spolupráci se zaměstnanci než je tomu v případě VZ podniků s vyšším image ve srovnání s konkurencí.

**Graf č. 12: Významný vztah mezi volbou CSR témat a mírou ocenění jména podniku (image)**



Zdroj: autorka

Dále bylo šetřeno, zda podniky s vyšším deklarovaným image reportují ve svých VZ o CSR tématech do větší hloubky než podniky s image nižším nebo stejným jako konkurence. Hloubka poskytované informace byla opětovně měřena dle míry poskytovaného detailu na třibodové ordinální škále. Informaci o tom, které kategorie vstupovaly do této části analýzy – viz příloha D, tabulka č. 1. Statisticky významný vztah mezi hloubkou poskytované informace a zkoumanými skupinami podniků byl prokázán pouze u informací o vzdělávání zaměstnanců, síla vztahu je však malá – blíže viz příloha N.

Z výsledků vyplývá, že podniky s vyšším deklarovaným image o tomto tématu častěji referují ve větší míře detailu než podniky, jejichž ocenění jména je v porovnání s konkurencí nižší nebo stejné. Toto vyjádření je však nutné brát s určitou mírou opatrnosti vzhledem k porušení podmínky  $\chi^2$  testu dobré shody, které bylo způsobeno řídkostí dat v kontingenční tabulce. Analýzou se dále nepodařilo prokázat, že by tyto podniky ve srovnání s podniky s nižším nebo stejným image jako má konkurence začleňovaly do svých VZ častěji informace podporující důvěryhodnost jejich obsahu.

Následně bylo předmětem šetření, zda podniky s deklarovaným vyšším image začleňují do svých VZ častěji informace podporující zpětnou vazbu. Odpověď je dvojí. Nepodařilo se prokázat, že by byla ve VZ těchto podniků častěji uvedena informace o osobách odpovědných za sestavení VZ či jejich částí. Naopak se

podářilo prokázat statisticky významný rozdíl v poskytování informací o neosobních formách kontaktu – viz výše uvedený graf č. 12.

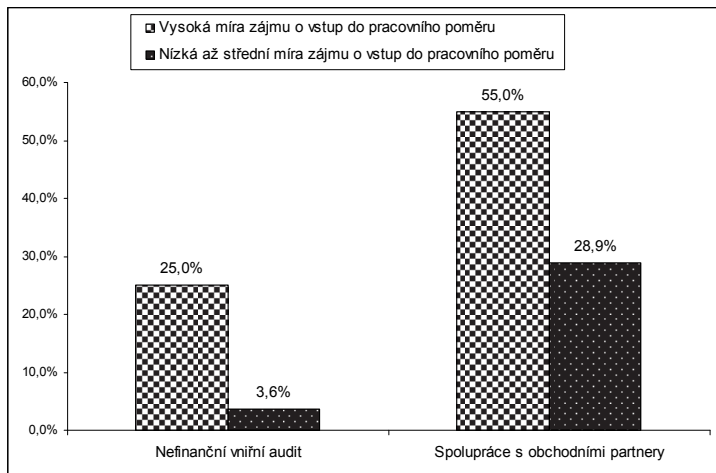
Díky předpokladu EIRISu, že zapojení do komunity je často využíváno jako prostředek k budování image, bylo též zkoumáno, zda podniky s deklarovaným vyšším image začleňují do svých VZ častěji informace o tématech relevantních pro komunitu. Pro informaci o tématech, které vstupovaly do této části hodnocení – viz příloha L. Analýzou se však nepodařilo prokázat, že by mezi volbou těchto specifických témat a mírou ocenění jména podniku byl statisticky významný vztah.

Třetí okruh specifických výzkumných otázek zjišťoval, zda existuje rozdíl v přístupu k CSR reportování dle míry zájmu o vstup do pracovního poměru. Na základě výsledků předchozích výzkumů byl činěn předpoklad, že podniky s vyšší mírou zájmu o vstup do pracovního poměru budou oproti ostatním podnikům vykazovat rozdíly v přístupu k CSR reportování a to ve všech jeho hlediscích.<sup>36</sup> Nejprve bylo šetřeno, **zda podniky s deklarovanou vyšší mírou zájmu o vstup do pracovního poměru referují ve svých VZ častěji o CSR tématech než podniky, u kterých je tento zájem nízký až střední**. Následně bylo zjišťováno, zda se skupiny podniků rozdělených dle tohoto kritéria odlišují v rozsahu poskytovaných informací o CSR tématech. Informace o tom, které kategorie vstupovaly do hodnocení – viz příloha B a C.

Provedenou analýzou se nepodařilo prokázat, že by podniky s deklarovanou vysokou mírou zájmu o vstup do pracovního poměru reportovaly ve svých VZ o CSR tématech ve větším rozsahu než podniky s nízkou až střední mírou zájmu. Z analýzy také vyplývá, že se volba CSR témat mezi sledovanými skupinami podniků rozdělených dle tohoto kritéria příliš neliší. Statisticky významný rozdíl byl prokázán pouze u dvou podkategorií – u nefinančního vnitřního auditu (Fisherův přesný test  $p < 0,05$ ;  $t_b = 0,316$ ,  $p(\text{jednosměrný}) = 0,001$ ) a spolupráce s obchodními partnery ( $\chi^2(1, N=103) = 4,888$ ,  $p < 0,05$ ;  $t_b = 0,218$ ,  $p(\text{jednosměrný}) = 0,014$ ). Z uvedeného vyplývá, že ačkoliv byl u obou témat prokázán statisticky významný rozdíl, pouze u prvně uvedeného je síla vztahu střední.

Z grafu č. 13 je patrné, že v obou případech informace o daných tématech volily častěji podniky, které deklarovaly vysokou míru zájmu pracovníků o vstup do pracovního poměru. Informaci o nefinančním vnitřním auditu obsahovaly jejich VZ 8,8krát častěji, informaci o spolupráci s obchodními partnery 3,0krát častěji než VZ podniků, které míru zájmu o vstup do pracovního poměru uváděly jako nízkou až střední.

<sup>36</sup> Proto byla vytvořena umělá dichotomická ordinální proměnná, která podniky rozdělila na podniky s vysokou mírou zájmu o vstup do pracovního poměru a podniky s nízkou až střední mírou zájmu o vstup do pracovního poměru.

**Graf č. 13: Významný vztah mezi volbou CSR témat a mírou zájmu o vstup do pracovního poměru**

Zdroj: autorka

Dále se stalo předmětem šetření, zda podniky s deklarovanou vysokou mírou zájmu o vstup do pracovního poměru reportují ve svých VZ o CSR tématech do větší hloubky než podniky s nízkou až střední mírou zájmu a zda do nich častěji začleňují informace podporující důvěryhodnost obsahu VZ. Analýzou se však nepodařilo prokázat, že by se reportování sledovaných skupin podniků rozdělených dle uvedené proměnné významně lišilo v obou dvou sledovaných kritériích kvality. Také se nepodařilo prokázat, že by se tyto skupiny podniků nějak významně lišily v poskytování informací podporující zpětnou vazbu.

Poslední okruh specifických výzkumných otázek zjišťoval, zda existuje rozdíl v přístupu k CSR reportování dle míry intenzity konkurenčního boje. Na základě teorie a výsledků předchozích výzkumů byl činěn předpoklad, že podniky nacházející se na trhu se silným konkurenčním bojem budou oproti ostatním podnikům vykazovat rozdíly v přístupu k CSR reportování a to ve všech jeho hlediscích.<sup>37</sup>

Nejprve bylo šetřeno, **zda podniky s deklarovanou vysokou mírou intenzity konkurenčního boje referují ve svých VZ o CSR tématech častěji než podniky, jež uvádějí míru intenzity konkurenčního boje jako nízkou až střední.** Posléze bylo zkoumáno, zda se skupiny podniků rozdělených dle tohoto kritéria

<sup>37</sup> Proto byla vytvořena umělá dichotomická ordinální proměnná, která podniky rozdělila na podniky s vysokou mírou intenzity konkurenčního boje a podniky s nízkou až střední mírou intenzity konkurenčního boje.

odlišují v rozsahu poskytovaných informací o CSR tématech. Pro informaci o tom, které kategorie vstupovaly do hodnocení – viz příloha B a C.

Analýzou se nepodařilo prokázat, že by podniky s deklarovanou vysokou mírou intenzity konkurenčního boje reportovaly ve svých VZ o CSR tématech ve větším rozsahu než podniky, jež míru intenzity konkurenčního boje uvádějí jako nízkou až střední. Z výsledků analýzy také vyplývá, že se volba CSR témat mezi sledovanými skupinami podniků téměř neliší. Jediný statisticky významný rozdíl se podařilo prokázat u reportování o spolupráci a to pouze s jedním typem stakeholdera – obchodními partnery ( $\chi^2(1, N=104)=7,413, p<0,05; tb=0,267, p=0,003$ ).

Jak vyplývá z obsahu tabulky č. 12, informaci o spolupráci s obchodními partnery uvádí jen jedna ze 17 možných VZ podniků, které se dle slov svých zástupců pohybují na méně konkurenčním trhu a 35 z 87 možných VZ podniků působících na silně konkurenčním trhu. S využitím poměrového ukazatele lze konstatovat, že VZ podniků deklarujících vysokou míru intenzity konkurenčního boje na trzích, kde působí, obsahují informaci o spolupráci s obchodními partnery 10,8krát častěji.

**Tabulka č. 12: Výskyt poskytované informace o spolupráci s obchodními partnery versus míra intenzity konkurenčního boje**

|                                   |  | Výskyt poskytované informace |              | Celkem         |
|-----------------------------------|--|------------------------------|--------------|----------------|
|                                   |  | není uvedena                 | je uvedena   |                |
| Míra intenzity konkurenčního boje | Nízká až střední míra intenzity konkurenčního boje | 16<br>94,1 %                 | 1<br>5,9 %   | 17<br>100,0 %  |
|                                   | Vysoká míra intenzity konkurenčního boje           | 52<br>59,8 %                 | 35<br>40,2 % | 87<br>100,0 %  |
| Celkem                            |  | 68<br>65,4 %                 | 36<br>34,6 % | 104<br>100,0 % |

Zdroj: autorka

Dále bylo předmětem šetření, zda podniky s deklarovanou vysokou mírou intenzity konkurenčního boje reportují ve svých VZ o CSR tématech do větší hloubky než podniky, jež míru intenzity konkurenčního boje uvádějí jako nízkou až střední a zda častěji začleňují informace podporující důvěryhodnost obsahu VZ. Analýzou se však nepodařilo prokázat, že by se reportování skupin podniků rozdělených dle uvedené proměnné významně lišilo v obou dvou kritériích kvality. Také se nepodařilo prokázat, že by se dané skupiny podniků odlišovaly v zařazování informací podporujících zpětnou vazbu.



## **Zodpovězení – vztah mezi charakteristikami vnějšího prostředí a přístupem k začleňování CSR informací do VZ**

Pomocí formulace druhé obecné výzkumné otázky (dále též OVO č. 2) bylo zjišťováno, jaký je vztah mezi charakteristikami vnějšího prostředí a přístupem podniků k začleňování CSR informací do VZ. Vzhledem ke své vyšší míře obecnosti byla tato OVO zúžena několika specifickými výzkumnými otázkami (dále též SVO). Proto lze odpověď na ni získat akumulací a integrací odpovědí na jednotlivé položené SVO. Jelikož byl přístup hodnocen pomocí tří hledisek, bude odpověď na ni strukturována dle nich.

Při posuzování odlišností v reportování v jednotlivých hlediscích přístupu mezi skupinami podniků byla vyšetřována nejčastěji uváděná témata vyskytující se ve stěžejní části VZ – v tzv. těle VZ. Toto pravidlo bylo částečně porušeno u první charakteristiky – důležitosti jednotlivých typů stakeholderů. Zde byl zkoumán jejich vliv na relevantní kategorie nacházející se v těle VZ, tj. ne jen na ty nejčastěji uváděné. Existence vztahu byla zjišťována pomocí  $\chi^2$  testu dobré shody, příp. Fisherova přesného testu. K odhalení síly vztahu byly využity příslušné koeficienty asociace a korelace – jejich volba záležela na typu zkoumaných dat a velikosti kontingenčních tabulek.

První část níže uvedeného textu se bude zabývat **zodpověděním specifických výzkumných otázek vázících se k prvnímu hledisku přístupu** k začleňování CSR informací do VZ. Akumulací a integrací odpovědí na tyto SVO bude moci být zodpověděna první část OVO č. 1, která pátrá po vztahu mezi vybranými charakteristikami vnějšího prostředí a **volbou a rozsahem poskytované informace** o CSR tématech.

Nejprve bylo šetřeno, zda VZ podniků, které přisuzují vysokou **důležitost** danému typu **stakeholdera**, obsahují pro něj relevantní CSR témata častěji a zda je jim v nich věnován větší rozsah textu. Určitým omezením vypovídací schopnosti výsledků je skutečnost výběru relevantních témat. Ta byla vybrána na základě logického úsudku napříč všemi kategoriemi, jež se vyskytovaly v tzv. těle VZ. Dalším omezením je nízký výskyt některých sledovaných témat, díky čemuž se statisticky významný rozdíl ve volbě CSR témat nemusel projevit.

Jak legitimity tak stakeholderská teorie nahlíží na reportování jako na jeden ze způsobů, jak podnik demonstruje soulad svých aktivit s normami a očekáváními veřejnosti, resp. stakeholderů, čímž si u nich vytváří pozitivní vnímání (Gray et al., 1995, Deegan a Rankin, 1996, Hooghiemstra, 2000, KPMG, 2008a). Avšak vzhledem k tomu, že se očekávání jednotlivých typů stakeholderů může někdy výrazně lišit, je cílené komunikování aktivit a výkonnosti podniku klíčovým stakeholderům podmínkou pro zajištění dlouhodobého úspěchu životnosti a růstu podniku (KPMG, 2008a, str. 10).

Z výsledků výzkumů, které byly realizovány v podnikové praxi, však vyplývá, že tomu tak často není – tvorba obsahu reportu není navázána na důležitost stakeholderů (Maignan a Ralston, 2002, Knox et al., 2005), reporty podniků často nejsou směřovány k určitým typům stakeholderů (Bartels et al., 2008). Výše uvedené potvrzují i výsledky tohoto výzkumu. Ze sedmi zkoumaných typů stakeholderů se statisticky významný rozdíl ve volbě pro ně relevantních témat podařilo prokázat jen u čtyř typů a to až na výjimku státu vždy jen v jednom dílčím tématu z mnoha možných. Nejsilnější korelace byly objeveny u, dle výpovědi respondentů, nejméně důležitých typů stakeholderů – komunity a státu. Odlišnosti v rozsahu poskytované informace nebyly prokázány ani u jednoho typu stakeholdera.

Především u posledně zmíněného typu stakeholdera však není vzhledem k legislativě výsledek stejně jako volba témat, u kterých se podařilo významný rozdíl prokázat, příliš překvapivý (ZoÚ, ZP). Referování o nich může také ukazovat na to, co si zástupci podniků myslí, že bude v budoucnosti regulováno, ověřováno či kontrolováno. Ačkoliv se tedy na základě výsledků výzkumu nezdá, že by volba CSR témat byla cíleně směřována k určitým typům stakeholderů, lze na základě souhrnného počtu témat stanovených jako relevantní pro jednotlivé typy stakeholderů dovozovat, kdo je, či by za současného stavu měl být cílovým publikem VZ. Z výzkumu vyplývá, že nejvíce relevantních témat bylo identifikováno pro stakeholdery stát a komunita.

Další charakteristikou podrobenou zkoumání, zda-li ovlivňuje volbu CSR témat, bylo **image**. V souladu s předpoklady výše prezentovaných teorií a s výsledky předchozích výzkumů (viz např. Gray et al., 1995, Deegan a Rankin, 1996, Hooghiemstra, 2000, SustainAbility, 2006, KPMG, 2008a, KPMG, 2008b) bylo prokázáno, že mezi mírou ocenění jména podniku a volbou CSR témat vztah existuje – byť jen v některých oblastech – viz níže uvedená tabulka č. 13. Nejvyšší rozdíl ve volbě byl identifikován hned u tří témat – prioritách pro nadcházející období v oblasti image, spolupráci se zaměstnanci a neosobních formách kontaktních údajů. Ovšem ani u těchto témat nebyl u sledovaných skupin podniků prokázán významný rozdíl v rozsahu poskytovaných informací.

První uváděné téma, priority pro nadcházející období v oblasti image, může vypovídat o tom, že podniky s vyšším image si již více uvědomují pozitivní vliv image na jejich aktivity a dále se s ním snaží pracovat. Vyšší uvádění kontaktů u této skupiny podniků také může signalizovat jejich vyšší míru otevřenosti – byť je nutné připomenout, že byl rozdíl prokázán jen u neosobních forem kontaktů.

Z výsledků výzkumu však vyplývá i další zajímavá skutečnost, která odporuje uvedeným předpokladům. Ukázalo se totiž, že informace o spolupráci se zaměstnanci uvádějí ve svých VZ častěji podniky, které deklarují ocenění svého jména ve srovnání s konkurencí jako nižší nebo stejné. Tato skutečnost by

mohla být vysvětlitelná např. tím, že intenzivní spoluprací s tímto typem stakeholdera a/či reportingem o ní se zástupci podniků snaží o zvýšení jeho loajality. Tou si kompenzují nižší image a vytvářejí tak základ pro lepší vnímání podniku zaměstnanci do budoucna.

**Tabulka č. 13: Významný vztah mezi volbou CSR témat a vybranými charakteristikami vnějšího prostředí**

| Témata (kategorie)                           | Charakteristiky vnějšího prostředí            |                        |                           |
|--|---|------------------------|---------------------------|
|  | image   | zájem pracovat         | konkurenční boj           |
| Současné priority                            |   |                        |                           |
| Priority pro nadcházející období             | image – jen s vysokým                         |                        |                           |
| Racionalizace a optimalizace procesů         |   |                        |                           |
| Normy  |   |                        |                           |
| Nefinanční audit                             |   | vnitřní – 8,8×         |                           |
| Kontrola                                     |   |                        |                           |
| Soudní spory                                 |   |                        |                           |
| Investice – environment.                     |   |                        |                           |
| Aktivity – environment.                      |   |                        |                           |
| Spolupráce se stakeholdery                   | zaměstnanci – 6,7×                            | obchodní partneři – 3× | obchodní partneři – 10,8× |
| Vztahy se stakeholdery                       |   |                        |                           |
| Vzdělávání zaměstnanců                       | 2,8×  |                        |                           |
| Poskytované benefity                         |   |                        |                           |
| Bezpečnost a ochrana zdraví                  |   |                        |                           |
| Závazky                                      |   |                        |                           |
| Plnění zástupcům podniku                     |   |                        |                           |
| Představenstvo, dozorčí rada - kvalita údajů |   |                        |                           |
| Soulad info ve VZ s účetní závěrkou          |   |                        |                           |
| Osoby odpovědné za VZ                        |   |                        |                           |
| Kontaktní údaje                              | telefon – 4,3×<br>e-mail – 9,0×<br>fax – 4,7× |                        |                           |

Legenda: číslo označuje, kolikrát častěji uvádí 1 skupina podniků téma oproti druhé skupině podniků

Zdroj: autorka

Vliv dalších dvou charakteristik vnějšího prostředí – **míry zájmu o vstup do pracovního poměru** a **míry intenzity konkurenčního boje** – na volbu CSR témat nebyl ve srovnání s image příliš výrazný. Významný rozdíl byl u sledovaných skupin podniků rozdělených dle těchto proměnných shodně prokázán vždy jen ve volbě jednoho dílčího tématu – viz tabulka č. 13. Ani u těchto dílčích témat nebylo prokázáno, že by se mezi sledovanými skupinami podniků výrazně lišil rozsah poskytovaných informací o CSR tématech.

Vazba mezi vyšší mírou zájmu o vstup do pracovního poměru a informacemi o nefinančním vnitřním auditu není příliš zřejmá, byť míra korelace vyšla jako střední. Možným vysvětlením je výpověď o vyšší transparentnosti podniku a s tím spojená vyšší ochota pro takový typ podniku pracovat. Naopak vysvětlení vazby mezi vysokou mírou intenzity konkurenčního boje a uváděním informací o spolupráci s obchodními partnery může být přímočařejší. Zařazení se významnými obchodními partnery může jak posilovat pozici podniku na vysoce konkurenčním trhu tak vylepšovat jeho image.

Na základě výše uvedeného je možné zodpovědět **první část OVO č. 2: Jaký je vztah mezi charakteristikami vnějšího prostředí a volbou a rozsahem poskytovaných informací o CSR tématech?** V souladu s teorií a předchozími výzkumy bylo zjištěno, že jak míra důležitosti některých typů stakeholderů, tak image, míra zájmu o vstup do pracovního poměru a intenzity konkurenčního boje ovlivňují volbu CSR témat – avšak pouze dílčích témat či oblastí. **Nejčastěji ovlivňovanými tématy** napříč uvedenými charakteristikami jsou **spolupráce s vybranými typy stakeholderů** (obchodními partnery a zaměstnanci) a **priority pro nadcházející období** – byť se liší oblast, ve které jsou vytyčeny.

Je-li měřen vliv charakteristik na volbu témat počtem témat, kde byl statisticky významný rozdíl mezi skupinami podniků prokázán, pak **volbu nejméně ovlivňuje míra intenzity konkurenčního boje a nejvíce míra hodnocení jména podniku (image)**. Naopak se **nezdá**, že by výše uvedené charakteristiky měly **významný vliv na rozsah** poskytovaných informací o CSR tématech.

V následující části budou **zodpovězeny specifické výzkumné otázky vážící se ke druhému hledisku přístupu** začleňování CSR informací do VZ – **kvalitě poskytovaných informací**. Ta byla hodnocena pomocí dvou kritérií – hloubky a důvěryhodnosti poskytovaných informací. Do hodnocení vstupovaly jen ty kategorie, u kterých bylo s využitím otevřeného kódování zjištěno, že u nich tato analýza má smysl. Na základě akumulace a integrace odpovědí na tyto SVO bude moci být zodpovězena druhá část OVO č. 2.

Analýzou se nepodařilo prokázat – viz tabulka č. 14, že by charakteristiky vnějšího prostředí měly významný vliv na častější zařazování informací podporujících důvěryhodnost poskytovaných informací. Také z ní vyplývá, že nemají výrazný vliv na hloubku poskytované informace. Statisticky významný rozdíl v poskytování detailnějších informací byl prokázán jen u skupin podniků rozčleněných dle míry ocenění značky a to pouze v jedné jediné oblasti – vzdělávání zaměstnanců. Avšak i tento výsledek je nutné vnímat s vyšší dávkou opatrnosti kvůli porušení podmínky  $\chi^2$  testu dobré shody.

Detailnější poskytování informací o tomto tématu je ve shodě s jeho výraznější volbou u podniků s vyšším image. Překvapivé však je, že výše hloubky neodpovídá výši rozsahu. Přesto je prokázání vztahu právě v tomto tématu logické vzhledem k předpokladům SustainAbility a KPMG (SustainAbility, 2006

a KPMG, 2008b). Podniky s vyšší image snadněji získávají nové pracovníky. A právě reportování o poskytování dalšího vzdělávání, které lze chápat jako jeden ze zaměstnaneckých benefitů, může volbu podniku jako preferovaného zaměstnavatele dále posilovat a tím zpětně posilovat i jeho image.

**Tabulka č. 14: Významný vztah mezi kvalitou poskytovaných informací o CSR tématech a charakteristikami vnějšího prostředí**

| Charakteristiky vnějšího prostředí      | Kvalita poskytovaných informací |               |
|---|---------------------------------|---------------|
|   | hloubka                         | důvěryhodnost |
| Důležitost vybraných typů stakeholderů  | x                               | x             |
| Image podniku                           | vzdělávání zaměstnanců          | x             |
| Míra zájmu o vstup do pracovního poměru | x                               | x             |
| Míra intenzity konkurenčního boje       | x                               | x             |

Legenda: x označuje situaci, kdy se nepodařilo prokázat statisticky významný vztah mezi danou charakteristikou prostředí a ukazatelem kvality poskytovaných informací v dané (pod)kategorii.

Zdroj: autorka

Na základě výše uvedeného je možné zodpovědět **druhou část OVO č. 2: Jaký je vztah mezi charakteristikami vnějšího prostředí a kvalitou poskytovaných informací o CSR tématech?** Z provedené analýzy vyplývá, že vztah je oproti předpokladům činěných na základě výše prezentovaných teorií a výsledků předchozích výzkumů (Gray et al., 1995, Deegan a Rankin, 1996, Hooghiemstra, 2000, SustainAbility, 2006, KPMG, 2008a, KPMG, 2008b, Bartels et al., 2008) **zanedbatelný**. VZ podniků rozdělených dle těchto charakteristik nevykazují žádné rozdíly v zařazování informací podporujících důvěryhodnost poskytovaných informací ve VZ a zcela minimální v hloubce poskytované informace.

V předposlední části této kapitoly budou **zodpověděny specifické výzkumné otázky vážící se ke třetímu hledisku přístupu** k začleňování CSR informací do VZ – **snaze o podporu zpětné vazby**. Ta byla hodnocena pomocí dvou ukazatelů – poskytování kontaktních údajů a poskytování informací o osobách odpovědných za sestavení VZ či její části. Na základě akumulace a integrace odpovědi na tyto SVO bude moci být zodpověděna poslední část OVO č. 2.

Jak je patrné z tabulky č. 15, ani u jedné ze sledovaných charakteristik vnějšího prostředí se nepodařilo prokázat, že by ovlivňovala výskyt informací o osobách odpovědných za VZ. Stejně tak se nepodařilo, až na jednu výjimku, prokázat vztah mezi uvedenými charakteristikami a poskytováním informací o kontaktních údajích. Výjimkou bylo image – zde se podařilo prokázat, že VZ podniků, jež deklarovaly vyšší ocenění svého jména oproti konkurenci, obsahovaly prokazatelně častěji informace o neosobních formách kontaktních údajů. Zajímavá je i volba typů kontaktů, u kterých se rozdíl podařilo prokázat. Výše korelace pak může poukazovat na pružné reagování ve využívání různých komunikačních

kanálů – nejsilnější vztah byl prokázán mezi vyšší mírou image a zveřejňování informací o e-mailu, nejslabší pak u informací o telefonním čísle.

**Tabulka č. 15: Významný vztah mezi snahou o podporu zpětné vazby a charakteristikami vnějšího prostředí**

| Charakteristiky vnějšího prostředí      | Snaha o podporu zpětné vazby |                                 |
|---|------------------------------|---------------------------------|
|   | kontaktní údaje              | osoby odpovědné za sestavení VZ |
| Image podniku                           | telefon<br>e-mail<br>fax     | x                               |
| Míra zájmu o vstup do pracovního poměru | x                            | x                               |
| Míra intenzity konkurenčního boje       | x                            | x                               |

Legenda: x označuje situaci, kdy se nepodařilo prokázat statisticky významný vztah mezi danou charakteristikou prostředí a ukazatelem snahy o podporu zpětné vazby

Zdroj: autorka

Na základě výše uvedeného je možné zodpovědět **poslední část OVO č. 2: Jaký je vztah mezi charakteristikami vnějšího prostředí a snahou o podporu zpětné vazby?** Z provedené analýzy vyplývá, že vztah je oproti předpokladům činěným na základě výše prezentovaných teorií a výsledků předchozích výzkumů (Gray et al., 1995, Deegan a Rankin, 1996, Hooghiemstra, 2000, Sustainability, 2006, KPMG, 2008a, KPMG, 2008b, Bartels et al., 2008) **zanedbatelný**. Zkoumané charakteristiky pravděpodobně neovlivňují zařazování informací o osobách odpovědných za sestavení VZ či jejich částí a pouze jednou z nich lze částečně vysvětlit vyšší informování o některých typech neosobní formy kontaktu.

Vysvětlení zjištěných skutečností je nutné provést odděleně za jednotlivá témata. Malý rozdíl v reportování o kontaktních údajích mezi zkoumanými skupinami podniků dle jednotlivých charakteristik může být způsoben rutinou v poskytování této informace. Z toho pak vyplývá i obecně vysoký počet podniků, které tuto informaci ve svých VZ uvádějí.<sup>38</sup> Naopak neprokázání vlivu charakteristik na uvádění informací o osobách odpovědných za sestavení VZ či jejich částí může být způsobeno obecně malým výskytem této kategorie ve VZ. Je možné, že zatím u stakeholderů nevyvstala potřeba na uvádění této informace ve VZ, díky čemuž pak její tvůrci necítí potřebu zařazení této informace do VZ.

Pokud bychom měli odpovědět **souhrnně na OVO č. 2: Jaký je vztah mezi charakteristikami vnějšího prostředí a přístupem podniků k začleňování CSR informací do VZ?**, tak je možné konstatovat, že ze sledovaných charakteristik má na přístup k začleňování CSR informací **větší vliv** jen jedna z nich – **míra ocenění jména podniku**. Tato charakteristika však způsobuje rozdíly

<sup>38</sup> Alespoň jednu formu kontaktu uvádí ve svých VZ téměř ¾ podniků.

v reportování mezi sledovanými skupinami podniků především v prvním hledisku přístupu a to jen v jedné z jeho částí – volbě CSR témat. U ostatních hledisek je její vliv již velmi malý.

## 6.2 Specifika ve výskytu faktorů ovlivňujících přístup k začleňování informací nefinančního charakteru do ekonomických reportů v ČR

Jak vyplývá z podkapitoly 4.3, byl výzkumný cíl č. 2 formulován:

**Identifikovat specifika ve výskytu faktorů ovlivňujících přístup podniků k začleňování informací nefinančního charakteru do ekonomických reportů v ČR.**

Takto stanovený cíl byl v souladu s doporučením Punche převeden na níže uvedenou obecnou výzkumnou otázku (dále též OVO):

**Odlišují se potenciální faktory ovlivňující přístup podniků k začleňování CSR informací do výročních zpráv identifikované v tomto výzkumu od faktorů uváděných zahraničními výzkumy?**

Informace nefinančního charakteru byly, jak vyplývá z výše uvedeného textu, vymezeny jako informace o CSR tématech, ekonomické reporty jako VZ. Pro zodpovězení stanovené OVO bude provedeno srovnání identifikovaných potenciálních faktorů v rámci předchozího výzkumného cíle s výsledky již realizovaných výzkumů, které se na tuto oblast reportování zaměřovaly. Odpovědi na ni bude dosaženo výše uvedeného cíle č. 2.

### **Výsledky a zodpovězení výzkumu – specifika ve výskytu faktorů ovlivňujících přístup k začleňování CSR informací do VZ**

Z výsledků výzkumu vyplynulo, že za potenciální faktory ovlivňující přístup podniků k začleňování informací nefinančního charakteru do ekonomických reportů je možné považovat čtyři charakteristiky – **velikost podniku, původ vlastníka, míru souběhu vlastnictví s řízením** a míru ocenění jména podniku. První tři uvedené charakteristiky jsou autory a institucemi často uváděny jako **faktory ovlivňující reportování** (viz např. Graafland et al., 2002, Douglas et al., 2004, Gray, 2005, Line a Braun, 2007, Waller a Lanis 2009 či CR, 2009), zatímco **míra ocenění jména podniku** je vnímána spíše jako **důvod či výhoda** plynoucí z reportování (viz např. Hooghiemstra, 2000, CCC, 2000, KOM, 2002,

Deegan, 2002, EIRIS, 2007, UNGC, 2008 či KPMG, 2008b). Hranice mezi termíny je však velmi tenká a uvědomovaný důvod či výhoda se může posléze stát faktorem reportování ovlivňujícím.

Ze srovnání výsledků tohoto výzkumu s nejčastěji uváděnými faktory ovlivňujícími CSR reportování vyplývá, že se v realizovaném výzkumu některé často zmiňované faktory **neprojevily**, nebo nebyl jejich projev příliš výrazný. Konkrétně se jednalo o faktory **odvětví, přihlášení se a dodržování standardů určité organizace, tlak ze strany stakeholderů a existence silné koncentrované konkurence**. U dvou posledně zmíněných je však možné, že byl jejich vliv zkeslen tím, že nebyla vyšetřována stejná charakteristika, ale pouze jí obsahově podobná. Zároveň při jejich hodnocení bylo vycházeno z výpovědí respondentů, které se mohly z různých důvodů odlišovat od reality.

Ačkoliv je vliv **odvětví** na CSR reportování často uváděn (Graafland et al., 2002, KOM, 2002, Douglas et al., 2004, Gray, 2005, CR, 2009), existují i názory, že označení odvětví za faktor ovlivňující nefinanční reportování je problematické – bliže viz podkapitola 3.4. Ve zde prezentovaném výzkumu se nepodařilo prokázat, že by způsoboval výrazné rozdíly ve volbě vícero CSR témat. Uvedené tak podporuje výsledky některých předchozích výzkumů viz např. Maignan a Ralston, 2002, str. 505, Branco a Rodrigues, 2008, str. 699, Yusoff, Lehman, 2005, str. 16). Výsledek však také může být ovlivněn nepříliš velkou odlišností zkoumaných odvětví.<sup>39</sup>

Vliv **přihlášení se ke standardům vybrané organizace** a jejich dodržování na přístup k CSR reportování byl zkoumán pouze v jednom hledisku, které se však ukázalo jako nejvíce vypovídající – volbě CSR témat. Jak u ISO 14001 tak u OHSAS 18001 se nepodařilo prokázat, že by podniky vlastníci tyto certifikáty, informovaly ve svých VZ o CSR tématech relevantních pro oblast, kterou jednotlivé certifikáty upravují, významně častěji než ty podniky, které je nevlastní. V rámci takto zúžené problematiky se tedy na rozdíl od výsledků zahraničních výzkumů (viz např. Maignan a Ralston, 2002 či Antal et al., 2002) nepodařilo vliv dané charakteristiky na přístup k CSR reportování prokázat.

Místo vlivu **tlaku ze strany stakeholderů** na přístup k CSR reportování bylo zkoumáno, jak míra přisuzované důležitosti ovlivňuje první dvě hlediska přístupu k CSR reportování. Ačkoliv došlo ke zmíněnému posunu kvůli dostupnosti dat, lze se domnívat, že obsahově není příliš veliký. Důležitost stakeholdera je totiž odvíjena od jeho vyjednávací síly a s tím spojeného tlaku na podnik. Provedenou analýzou se však nepodařilo prokázat, že by míra přisuzované důležitosti jednotlivým typům stakeholderů výrazně ovlivňovala volbu vícero pro ně relevantních témat a kvalitu poskytovaných informací. Ani toto zjištění však není příliš překvapivé – k podobným výsledkům dospěla i celá řada dalších autorů

<sup>39</sup> Podniky jak ze zpracovatelského průmyslu tak ze stavebnictví vytvářejí hmotný produkt, jejich aktivity zatěžují bezprostřední okolí a mají výrazný vliv na životní prostředí.



(Maignan a Ralston, 2002, Knox et al., 2005, Bartels et al., 2008). Tento výsledek také odpovídá vývojovému stádiu reportování v ČR, které je charakteristické tím, že podniky ve vydávání reportu nespátrují vůbec žádnou nebo jen velmi malou hodnotu jak pro sebe tak pro své stakeholdery (Kašparová, 2011, str. 116).

K nahrazení charakteristiky **existence silné koncentrované konkurence** mírou intenzity konkurenčního boje a zkoumání jejího vlivu na přístup k CSR reportování vedla dostupnost dat. I zde se však lze domnívat, že obsahový posun není příliš výrazný. Relevance zvolené charakteristiky spočívá také ve zjištění, že reportování umožňuje získání konkurenční výhody spočívající v odlišení se od konkurence a tím zmenšení negativního dopadu vysoce konkurenčního prostředí na podnik (Hooghiemstra, 2000, SustainAbility, 2006, KPMG, 2008b). Jak však vyplývá z výše uvedeného, významnější vztah mezi proměnnými se opětovně nepodařil prokázat. Výsledek ovšem ani v tomto případě není příliš překvapivý vzhledem k vývojovému stupni reportování v ČR.

Shrnutím výše uvedeného je možné zodpovědět stanovenou **OVO: Odlišují se potenciální faktory ovlivňující přístup podniků k začleňování CSR informací do VZ identifikované v tomto výzkumu od faktorů uváděných zahraničními výzkumy? Výzkumem identifikované potenciální faktory se neliší od faktorů uváděných zahraničními autory a institucemi, byť v případě image o něm častěji hovoří jako o důvodu či výhodě plynoucí z reportování.**

Vedle těchto potenciálních faktorů však **zahraniční výzkumy uvádějí i některé další, které se v tomto výzkumu neprojevíly či byl jejich projev velmi slabý.** Není však dostatek evidence pro tvrzení, že přístup k CSR reportování neovlivňují. Vysvětlení dané skutečnosti může spíše spočívat ve stavu CSR reportování v ČR. Identifikované potenciální faktory, především první tři, lze totiž chápat jako tzv. základní faktory, které na reportování působí už od samého začátku. Naopak míra přisuzované důležitosti stakeholderů či míra intenzity konkurenčního boje začne na reportování působit až tehdy, kdy si podnik uvědomí potenciál, který mu reportování skýtá.

## 6.3 Shrnutí

Z analýzy sekundárních dat vyplývá, že se identifikací faktorů ovlivňujících CSR reportování zabývá celá řada autorů a organizací – blíže viz kapitola 3. Výzkumný vzorek realizovaných výzkumů se však až na výjimky vždy generoval z řad velkých podniků a to z ekonomicky rozvinutých zemí či tzv. ekonomických tygrů. Proto bylo výzkumné téma stanoveno jako zjištění faktorů ovlivňujících přístup k CSR reportování v podmínkách ČR. V rámci něj pak byly sledovány dva výzkumné cíle.

Jelikož je ve společenských vědách téměř nemožné naplnit všechna tři kritéria kauzality (Neuendorf, 2002), byl pojem faktor, resp. přesněji pojem potenciální

faktor, chápán jako charakteristika (nezávisle proměnná), u které se podařilo prokázat statisticky významný vztah se závisle proměnnou. Zkoumané charakteristiky se generovaly ze dvou skupin. První tvořily charakteristiky, kterými bylo možné popsat podnik (charakteristiky vnitřního prostředí), druhou charakteristiky, které na něj působily z vnějšku a pomocí kterých bylo tedy možné popsat prostředí, ve kterém se podnik pohybuje (charakteristiky vnějšího prostředí). Volba jednotlivých zkoumaných charakteristik uvnitř skupin se odvíjela od výsledků již realizovaných výzkumů či analogie k nim.

Přístup k začleňování informací nefinančního charakteru byl hodnocen z několika hledisek, které byly na základě studia literatury vyhodnoceny jako nejčastěji se vyskytující při hodnocení projevů CSR reportování. Informace nefinančního charakteru byly vymezeny jako informace o CSR tématech v základním členění dle triple bottom line. Ekonomický report byl z několika výše uvedených důvodů – viz podkapitola 4.3 – omezen na výroční zprávy.

V rámci prvního stanoveného cíle, jenž byl formulován jako **Identifikace faktorů** ovlivňujících přístup podniků k začleňování informací nefinančního charakteru do ekonomických reportů v ČR bylo záměrem vyhodnotit vztah mezi vybranými charakteristikami a přístupem k CSR reportování ve všech jeho čtyřech hlediscích. Z výsledků předchozího výzkumu však vyplynulo, že využití systematického přístupu při tvorbě obsahu VZ bylo téměř výjimkou (Kašparová, 2011). Pro posouzení vztahu mezi charakteristikami a tímto hlediskem přístupu tedy nebylo k dispozici dostatek dat pro smysluplné provedení analýzy a formulaci průkazných závěrů. Proto se zkoumání vztahu mezi charakteristikami a přístupem k CSR reportování omezilo pouze na zbývající tři jeho hlediska. Zkoumány však byly jen ty vazby, které se daly předpokládat na základě teorie, výsledků předchozích výzkumů či analogie k nim.

Z výsledků provedené analýzy vyplývá, že zkoumané **charakteristiky ovlivňují především první hledisko přístupu** k CSR reportování a to ještě jen jeho první část – **volbu CSR témat**. Vliv na ostatní hlediska přístupu je v souhrnu již výrazně nižší až zanedbatelný. Toto zjištění však není příliš překvapivé vzhledem ke stavu přístupu podniků k CSR reportování v ČR. Ten je možný charakterizovat jako obecné reportování, kdy podnik ve vydávání reportu nespátňuje vůbec žádnou nebo jen velmi malou hodnotu jak pro sebe tak pro své stakeholdery (Kašparová, 2011, str. 116). Z toho pak vyplývá, že jak rozsah tak hloubka poskytovaných informací je obecně nízká, což výrazně oslabuje vliv daných charakteristik. U zbývajících dvou hledisek je vysvětlení složitější – avšak i ono se váže ke zjištěnému stavu přístupu k CSR reportování. Vliv charakteristik na zařazování informací podporujících důvěryhodnost informací a zpětné vazby je oslabován dvěma protichůdnými situacemi – buď byla kritéria daných hledisek

napříč všemi sledovanými VZ obecně zastoupena velmi řídko<sup>40</sup> nebo naopak velmi často.<sup>41</sup>

Je-li hodnocen vliv charakteristik na přístup k CSR reportování dle počtu témat, u kterých se mezi zkoumanými proměnnými podařilo prokázat statisticky významný vztah, lze konstatovat, že **vyšší vliv na přístup k CSR reportování mají charakteristiky vnitřního prostředí**. Jako potenciální faktory zde byly ana-lýzou identifikovány tři charakteristiky – velikost podniku, původ vlastníka a míra souběhu vlastnictví s řízením. Vzhledem k tomu, že především poslední zmíněná působila v rámci jednotlivých témat největší rozdíly v reportování mezi sledovanými skupinami podniků, by bylo vhodné se na ni v dalším výzkumu blíže zaměřit. Z charakteristik vnějšího prostředí lze při podržení stejného kritéria na míru ocenění jména podniku nahlížet také jako na potenciální faktor. Na této charakteristice je oproti výše uvedeným zajímavá i skutečnost, že jako jediná působila významné rozdíly vždy v jednom kritériu ve všech sledovaných hlediscích přístupu k CSR reportování.

Druhý výzkumný cíl byl stanoven jako **Identifikace specifik ve výskytu faktorů** ovlivňujících přístup podniků k začleňování informací nefinančního charakteru do ekonomických reportů v ČR. Tohoto cíle bylo naplněno srovnáním identifikovaných potenciálních faktorů s těmi, které uvádějí jiné, zahraniční, výzkumy. Ze srovnání **nevyplývalo**, že by se nějaké z nich **odlišovaly**. Není tudíž dostatek evidence pro předpoklad, že existují regionální specifika ve výskytu faktorů ovlivňujících přístup k CSR reportování.

---

<sup>40</sup> Viz např. informace o osobách odpovědných za VZ (tuto informaci obsahovalo pouze 15,4 % ze 104 VZ).

<sup>41</sup> Viz například informace o souladu informací ve VZ s účetní závěrkou, které se vyskytují v 66,3 % VZ (tj. v 69 ze 104 VZ).

## ZÁVĚR

Reportování o společenské odpovědnosti podniku zažívá celosvětově obrovský rozvoj. Je chápáno jako nástroj k ovlivnění vnímání různých skupin stakeholderů, kterým se podniky snaží obhájit svou existenci ve společnosti. S tím, jak se mění potřeby stakeholderů a roste zkušenost podniků se sestavováním nefinančního reportu, se mění i jeho podoba. Jak však ukazují výsledky soudobých výzkumů, vliv na jeho podobu má i celá řada dalších faktorů.

Výzkumy, které se je snažily identifikovat, se velmi často zaměřovaly na velké podniky z ekonomicky rozvinutých zemí či tzv. ekonomických tygrů. O tom, zda ovlivňují i reportování v zemích postkomunistického bloku, není zatím příliš mnoho informací. To bylo také důvodem, proč se stala předmětem zde prezentovaného výzkumu identifikace těchto faktorů a zjištění specifik jejich výskytu v České republice.

Jelikož je ve společenských vědách téměř nemožné naplnit všechna tři kritéria kauzality, byl v celé práci pojem faktor chápán jako charakteristika, u které se podařilo prokázat statisticky významný vztah s hlediskem přístupu k CSR reportování<sup>42</sup>. Z provedené analýzy vyplynulo, že zkoumané charakteristiky ve větší míře **ovlivňují** jen jedno ze čtyř sledovaných hledisek přístupu k CSR reportování – **volbu CSR témat**. Vliv na ostatní z nich byl oproti předpokladům činných na základě legitimacy, positive accounting, stakeholderské teorie a výsledků předchozích výzkumů zanedbatelný. Vzhledem však ke skutečnosti, že přístup k CSR reportování v ČR lze charakterizovat jako „obecné reportování“, není tento výsledek příliš překvapivý.

Z výsledků výzkumu dále vyplývá, že **vyšší rozdily** v reportování způsobovaly potenciální **faktory z tzv. vnitřního prostředí**. Vysvětlení uvedeného může spočívat v silnějším uvědomování si jejich existence podnikem. Právě ony často utvářejí směřování podniku, procesy v něm probíhající či způsoby jednání, a z toho plynoucí důsledky. Zajímavé je však zjištění malého vlivu příslušnosti podniku k odvětví na jednotlivá hlediska přístupu k CSR reportování ve srovnání s vlivem dalších identifikovaných potenciálních faktorů. Tento výsledek je o to překvapivější, že jej zahraniční autoři, i když ne všichni, uvádějí jako typický faktor ovlivňující CSR reportování. Daný výsledek lze však vysvětlit nepříliš velkým rozdílem mezi sledovanými odvětvími.

Ze srovnání zde identifikovaných potenciálních faktorů s faktory uváděnými zahraničními autory **nevyplyvá**, že by existovala nějaká **národní specifika ve výskytu faktorů** ovlivňujících přístup k CSR reportování. Skladba potenciálních faktorů však vyvolává otázku, zda neexistuje určitá závislost mezi vývojovým stádiem CSR reportováním a zapojením vlivu různých faktorů na přístup

<sup>42</sup> Více o samotném hodnocení přístupu viz Kašparová, 2011.

k CSR reportování. Ta by mohla být předmětem ověření dalšího longitudinálního výzkumu.

Vedle výše uvedeného vyplývá z výzkumu ještě několik zajímavých zjištění. Prvním z nich je, že **vykonávání určité aktivity podnikem v realitě není dobrou predikcí toho, že se informace o její realizaci objeví v obsahu VZ**. Dalším je, že se nepodařilo zcela prokázat, že by systematické sledování nákladů v určitých oblastech, o kterém se dá předpokládat, že s sebou nese shromažďování vyššího objemu dat, ovlivňovalo hloubku poskytované informace o této oblasti.

## SUMMARY

The foreign research results show that there exist a number of factors influencing the CSR reporting. The majority of research sample were the reports of the large corporations of the developed countries or of so called economy tigers. Therefore there arises a question whether the factors stipulated by these researches have any influence on approach to CSR reporting also in the Czech environment. For this reason, the target of the submitted research was to **identify the factors influencing approach of businesses to CSR reporting in the Czech Republic**. Their determination used two interconnected research methods – content analysis and questioning.

Due to the fact that within the social sciences it is almost impossible to fulfil all three causality criteria (Neuendorf, 2002), throughout this work the term of a factor, or more specifically the term of a potential factor, is understood as a characteristics (independent variable), in case of which a statistically significant relation with a dependent variable was proved. The researched characteristics were generated from two groups. The first consisted of characteristics able to describe a business (internal environment characteristics), the second was formed by characteristics which were influencing the business from outside and which enable to describe the external environment of the business (external environment characteristics).

The research shows that the researched characteristics largely **influence** only one of the four researched perspectives of approach to CSR reporting – **the choice of CSR themes**. The influence on the remaining three was, contrary to the presumptions made on the basis of the legitimacy theory, stakeholder theory and results of previous researches (for example Gray et al., 1995, Deegan and Rankin, 1996, Hooghiemstra, 2000, Douglas et al., 2004, SustainAbility, 2006, Line and Braun, 2007, KPMG, 2008b, Bartels et al., 2008), negligible. The explanation though may lie exactly in the development grade of approach to CSR reporting in the Czech Republic.

Further, the results show that the **higher results** in reporting were caused by the potential **factors from so called internal environment** (specifically – the size of the business, origin of the owner, rate of concurrence between ownership and management. The author means that the explanation for this fact lies in stronger awareness of their existence by a company and related consequences. The interesting fact is the finding of little influence of a company's affiliation to a certain industry on CRS reporting. This result is even more surprising as most of the foreign authors state this factor to be one of the factors which most typically influences the CRS reporting (see eg. Hackston and Milne, 1996, Graafland et al., 2002, Kolk, 2005, Konrad et al., 2006). The author explains the given result by insignificant difference between the monitored industries. On the

other hand we need to state there also exist researches which did not prove the influence of the industry on the reporting (see Maignan and Ralston, 2002, Yusoff, Lehman, 2005).

Apart from the results above, there are several other interesting findings resulting from the research. The first is that the fact that the **company performs a certain activity in reality does not represent a good prediction for the information on this activity to occur within the contents of the annual report**. Another finding is that the research did not fully prove that systematic monitoring of costs within certain areas where we can suppose collection of higher volume of data influences the depth of the information provided on this area.

## SEZNAM LITERATURY

- [1] ABBOTT, W. F. MONSEN, R. J. (1979). On the Measurement of Corporate Social Responsibility: Self-Reported Disclosures as a Method of Measuring Corporate Social Involvement. In *Academy of Management Journal*, Vol. 22. No. 3. str. 501–515. Dostupné z databáze ProQuest 5000.
- [2] ANTAL, A. B. DIERKES, M. MacMILLAN, K. MARZ, L. (2002). *Corporate Social Reporting Revised*. Berlin: The Wissenschaftszentrum Berlin für Sozialforschung, 40 str. Dostupné na [www: <http://www.wzb.eu/gwd/kneu/pdf/corporate\\_social\\_reporting\\_revisited\\_\(fsii02-105\).pdf>](http://www.wzb.eu/gwd/kneu/pdf/corporate_social_reporting_revisited_(fsii02-105).pdf).
- [3] BARTELS, W. IANSEN-ROGERS, J. KUSZEWSKI, J. (2008). Count me in. The readers' take on sustainability reporting. *Global Reporting Initiatives*, 41 str. ISBN 978-1-903168-30-1.
- [4] BLAŽEK, L. et al. (2007). *Konkurenční schopnost podniků (Primární analýza výsledků empirického šetření)*. 1. vyd. Brno: Centrum výzkumu konkurenční schopnosti české ekonomiky, Ekonomicko-správní fakulta MU, 303 str. ISBN 978-80-210-4456-2.
- [5] BRANCO, M. C. RODRIGUES, L. L. (2008). Factors Influencing Social Responsibility Disclosure by Portuguese Companies. In *Journal of Business Ethics*, No. 83. str. 685–701. Dostupné z databáze ProQuest 5000.
- [6] BROWN, N. DEEGAN, C. (1998). The public disclosure of environmental performance information – a dual test of media agenda setting theory and legitimacy theory. In *Accounting and Business Research*, Vol. 29. No. 1. str. 21–41. Dostupné z databáze ProQuest 5000.
- [7] Context. (2006). *Reporting Analysis 2006*. In *Global Corporate Responsibility Reporting Trends 2006*. London: Context, 2006. str. 10–27 Dostupné na [www: <http://www.econtext.co.uk/cover\\_scans/InContext2006.pdf>](http://www.econtext.co.uk/cover_scans/InContext2006.pdf).
- [8] Corporate Citizenship Company (CCC). (2000). *Monitoring, measuring and reporting corporate social responsibility*. 29 str. Dostupné na [www: <http://www.corporate-citizenship.com/>](http://www.corporate-citizenship.com/).
- [9] CORMIER, D. MAGNAN, M., Van VELTHOVEN, B. (2005). Environmental Disclosure Quality in Large German Companies: Economic Incentives, Public Pressures or Institutional Conditions? In *European Accounting Review*, Vol. 14. No. 1, str. 3–39. Dostupné z databáze ProQuest 5000.
- [10] CR. (2009). *CRReportingAwards'08*. CorporateRegister.com, 36 str. Dostupné na [www: <http://www.corporateregister.com/pdf/CRRA08.pdf>](http://www.corporateregister.com/pdf/CRRA08.pdf).
- [11] ČANÍK, P. ČANÍKOVÁ, P. (2006). *Aplikace metod a nástrojů podnikatelské etiky v českém podnikatelském prostředí*. Praha: Transparency International, 86 str. Dostupné na [www: <http://www.transparency.cz/pdf/publikace/ve\\_amanpe.pdf>](http://www.transparency.cz/pdf/publikace/ve_amanpe.pdf).
- [12] DARUS, F. ARSHAD, R. OTHMAN, S. (2009). Influence of Institutional Pressure and Ownership Structure on Corporate Social Responsibility Disclosure. In *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business*, Vol. 1. No. 5. str. 123–150. Dostupné na [www: <http://news-business.vlex.co.uk/vid/institutional-responsibility-disclosure-228080607>](http://news-business.vlex.co.uk/vid/institutional-responsibility-disclosure-228080607).



- [13] D&B. Internetové stránky společnosti Dun & Bradstreet. Dostupné na [www: <http://www.dnbczech.cz/czech/default.htm?Loc=/czech/News/News15.htm>](http://www.dnbczech.cz/czech/default.htm?Loc=/czech/News/News15.htm).
- [14] DEEGAN, C. (2002). The legitimising effect of social and environmental disclosures – a theoretical foundation. In *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, Vol. 15. No. 3. str. 282–311. Dostupné z databáze ProQuest 5000.
- [15] DEEGAN, C. (2006). Introduction to financial accounting literature. In *Financial Accounting Theory*. McGraw Hill Australia, str. 2–29. Dostupné na [www: <http://highered.mcgraw-hill.com/sites/dl/free/0074716719/363734/sample\\_ch01.pdf>](http://highered.mcgraw-hill.com/sites/dl/free/0074716719/363734/sample_ch01.pdf).
- [16] DEEGAN, C. RANKIN, M. (1996). Do Australian companies report environmental news objectively? An analysis of environmental disclosure by firms prosecuted successfully by the Environmental Protection Authority. In *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, Vol. 9. No. 2. str. 50–62. Dostupné z databáze ProQuest 5000.
- [17] DEEGAN, C. RANKIN, M. TOBIN, J. (2002). An examination of the corporate social and environmental disclosures of BHP from 1983–1997: A test of legitimacy theory. In *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, Vol. 15. No. 3. str. 312–343. Dostupné z databáze ProQuest 5000.
- [18] DONALDSON, T. PRESTON, L. E. (1995). The stakeholder theory of the corporation: concepts, evidence, and implications. In *The Academy of Management Review*, Vol. 20. No. 1. str. 65–91. Dostupné z databáze ProQuest 5000.
- [19] DOUGLAS, A. DORIS, J. JOHNSON, B. (2004). Case Study: Corporate social reporting in Irish financial institutions. In *The TQM Magazine*, Vol. 16. No. 6. str. 387–395. Dostupné z databáze ProQuest 5000.
- [20] EIRIS (2007). GORDON, B. The state of responsible business: Global corporate response to environmental, social and governance (ESG) challenges. London: Ethical Investment Research Services, 96 str. Dostupné na [www: <http://www.eiris.org/files/research%20publications/stateofrespbusinesssep07.pdf>](http://www.eiris.org/files/research%20publications/stateofrespbusinesssep07.pdf).
- [21] EIRIS (2008). GORDON, B. The state of responsible business 2008: Implication for PRI Signatories. London: Ethical Investment Research Services, 32 str. Dostupné na [www: <http://www.eiris.org/files/research%20publications/stateofrespbusinesssep08.pdf>](http://www.eiris.org/files/research%20publications/stateofrespbusinesssep08.pdf).
- [22] EP a REU (2001). Nařízení Evropského parlamentu a Rady (ES) č. 761/2001. 40 str. Dostupné na [www: <http://www.cenia.cz/web/www/web-pub2.nsf/\\$pid/MZPMSFGSEV4B/\\$FILE/NEPaR.pdf>](http://www.cenia.cz/web/www/web-pub2.nsf/$pid/MZPMSFGSEV4B/$FILE/NEPaR.pdf).
- [23] EPSTEIN, M. J. (2004). The identification, measurement, and reporting of corporate social impacts: past, present, and future. In *Advances in Environmental Accounting and Management*, Vol. 2. str. 1–29. Dostupné z databáze ProQuest 5000.
- [24] FREEMAN, R. E. (2004). The Stakeholder Approach Revisited. In *Zeitschrift für Wirtschafts- und Unternehmensethik*, Vol. 5. No. 3. str. 228–241. Dostupné z databáze ProQuest 5000.
- [25] FRIEDMAN, A. L. MILES, S. (2009). *Stakeholders. Theory and Practice*. New York: Oxford University Press. 1. vyd (dotisk). 330 str. ISBN 978-0-19-926987-7.
- [26] GAMERSCHLAG, R. MÖLLER, K. VERBEETEN, F. (2011). Determinants of voluntary CSR disclosure: empirical evidence from Germany. In *Review of*

- Managerial Science, Vol. 4. str. 233–262. Dostupné na [www: <http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=1760790>](http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1760790).
- [27] GILBERT, D. U. RASCHE, A. (2008). Opportunities and Problems of Standardized Ethics Initiatives – a Stakeholder Theory Perspective. In *Journal of Business Ethics*, Vol. 82. str. 755–773. Dostupné z databáze ProQuest 5000.
- [28] GRAAFLAND, J. J. EIJJFINGER, S. C. W. STOFFELE, N. C. G. M. SMID, H. COLDEWEIJER, A. M. (2002). Corporate social responsibility of Dutch companies: Benchmarking and Transparency. Tilburg: Tilburg University, 60 str. Dostupné na [www: <http://www.uvt.nl/faculteiten/fgw/cmo/onderzoek/mo/publicatie.pdf>](http://www.uvt.nl/faculteiten/fgw/cmo/onderzoek/mo/publicatie.pdf).
- [29] GRAY, R. (2005). Taking a long view on what we now know about social and environmental accountability and reporting. In *Electronic Journal of Radical Organisational Theory*, Vol. 9. No. 1. 31 str. Dostupné na [www: <http://www.mngt.waikato.ac.nz/ejrot/Vol9\\_1/Gray.pdf>](http://www.mngt.waikato.ac.nz/ejrot/Vol9_1/Gray.pdf).
- [30] GRAY, R. KOUHY, R. LAVERS, S. (1995). Corporate Social and Environmental Reporting: A review of the literature and a longitudinal study of UK disclosure. In *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, Vol. 8. No. 2. str. 47–77. Dostupné z databáze ProQuest 5000.
- [31] GRI (2006). Pokyny pro Sustainability Reporting (verze 3). Amsterdam: Global Reporting Initiative, 41 str. Dostupné na [www: <http://www.globalreporting.org/NR/rdonlyres/A492A397-3933-4E7E-895E-9C4B48C4FD44/0/G3\\_Guidelines\\_nalitytextcesky.pdf>](http://www.globalreporting.org/NR/rdonlyres/A492A397-3933-4E7E-895E-9C4B48C4FD44/0/G3_Guidelines_nalitytextcesky.pdf).
- [32] GSP. Internetové stránky Global Sullivan Principles of Social Responsibility. Dostupné na <http://www.thesullivanfoundation.org/gsp/default.asp>
- [33] HACKSTON, D. MILNE, M. J. (1996). Some determinants of social and environmental disclosure in New Zealand companies. In *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, Vol. 9. No. 1. str. 77–94. Dostupné z databáze ProQuest 5000.
- [34] HAUFLER, V. (2001). A Public role for the private sector. Industry self-regulation in a global economy. 1. vyd. Washington, D.C.: Carnegie Endowment for International Peace, 160 str. ISBN 0-87003-176-7.
- [35] HEALY, P. M. PALEPU, K. G. (2001). Information asymmetry, corporate disclosure, and the capital markets: A review of the empirical disclosure literature. In *Journal of Accounting and Economics*, No. 31. str. 405–440. Dostupné z databáze ProQuest 5000.
- [36] HENDL, J. (2004). Přehled statistických metod zpracování dat – Analýza a metaanalýza dat. 1. vyd. Praha: Portál, 584 str. ISBN 80-7178-820-1.
- [37] HIBBIT, CH. (2004). External environmental disclosure and reporting by large European companies. An economic, social and political analysis of managerial behaviour. Limperg Instituut, 613 str. Dostupné na [www: <http://www.rozenbergps.com/files/hibbit.pdf>](http://www.rozenbergps.com/files/hibbit.pdf).
- [38] HOLMAN, R. (2011). *Ekonomie*. 5. vyd. Praha: C. H. Beck, 720 str. ISBN 978-80-7400-006-5.
- [39] HOOGHIEMSTRA, R. (2000). Corporate communication and impression management – new perspectives why companies engage in Corporate Social Reporting. In *Journal of Business Ethics*, Vol. 27. No. ½. str. 55–68. Dostupné z databáze ProQuest 5000.

- [40] HŘEBÍČEK, J. KOKRMENT, L. (2006). Standardizace environmentálního reportingu v České republice. In *Planeta*, č. 2. str. 5–9. ISSN 1801-6898.
- [41] CHAPPLE, W. MOON, J. (2005). Corporate Social Responsibility (CSR) in Asia: A Seven-Country Study of CSR Web Site Reporting. In *Business and Society*, No. 44. Vol. 4. str. 415–441. Dostupné z databáze ProQuest 5000.
- [42] CHEN, S. CHEN, X. CHENG, Q. (2007). Do Family Firms Provide More or Less Voluntary Disclosure? 53 str. Dostupné na [www: <http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=999785>](http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=999785).
- [43] ISLAM, M. A. DEEGAN, C. (2008). Motivations for an organization within a developing country to report social responsibility information: Evidence from Bangladesh. In *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, Vol. 21. No. 6. str. 850–874. Dostupné z databáze ProQuest 5000.
- [44] ISO/CD 14063.2 (2004). Environmental management – Environmental communication – Guidelines and examples. Working draft. ISO/TC 207/WG 4 Environmental Communication, 25 str. Dostupné na [www: <http://inni.pacinst.org/inni/Communication/14063CD2.pdf>](http://inni.pacinst.org/inni/Communication/14063CD2.pdf).
- [45] ISO 26000 (2011). Pokyny pro oblast společenské odpovědnosti. Praha: Úřad pro technickou normalizaci, metrologii a státní zkušebnictví, 102 str.
- [46] JAWAHAR, I. M. McLAUGHLIN, G. L. (2001). Toward a descriptive stakeholder theory: an organizational life cycle approach. In *The Academy of Management Review*, Vol. 26. No. 3. str. 397–414. Dostupné z databáze ProQuest 5000.
- [47] KAŠPAROVÁ, K. (2011). Reportování o společenské odpovědnosti podniku. 1. vyd. Brno: Masarykova univerzita, 188 str. ISBN 978-80-210-5694-7.
- [48] KAŠPAROVÁ, K. ŠKAPA, R. (2007). Reporting o aktivitách sociální odpovědnosti českých a slovenských podniků. In *Vývojové tendence podniků III (Svazek II)*. Brno: Ekonomicko-správní fakulta, Masarykova univerzita Brno, str. 627–644. ISBN 978-80-210-4466-1.
- [49] KNOX, S. MAKLAN, S. FRENCH, P. (2005). Corporate Social Responsibility: Exploring Stakeholder Relationships and Programme Reporting across Leasing FTSE Companies. In *Journal of Business Ethics*, Vol. 61. str. 7–28. Dostupné z databáze ProQuest 5000.
- [50] KOERBER, C. P. (2008). Corporate Responsibility Standards: Current Implications and Future Possibilities for Peace Through Commerce. 40 str. Dostupné na [www: <http://api.ning.com/files/kqj8PjwXzUCGnynlTKnP2CXXHlx1EsdESAsF7SpmB5kHk1bKMWaYUoCzwL6MaNjZmlmnDplgJLGJaBmpMSS0rh4qAiK0hp/KoerberCorporateResponsibilityStandardsandPTCWord2003version.pdf>](http://api.ning.com/files/kqj8PjwXzUCGnynlTKnP2CXXHlx1EsdESAsF7SpmB5kHk1bKMWaYUoCzwL6MaNjZmlmnDplgJLGJaBmpMSS0rh4qAiK0hp/KoerberCorporateResponsibilityStandardsandPTCWord2003version.pdf).
- [51] KOLK, A. (2005). Environmental reporting by multinationals from the Triad: Convergence or Divergence? In *Management International Review*, No. 45. str. 145–166. Dostupné z databáze ProQuest 5000.
- [52] KOM (2001). Green paper. Promoting a European framework for Corporate Social Responsibility. Brussels: Commission for European communities, sdělení 366 v konečném znění, 32 str. Dostupné na [www: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2002:0347:FIN:EN:pdf>](http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2002:0347:FIN:EN:pdf).
- [53] KOM (2002). Corporate Social Responsibility: A business contribution to Sustainable Development. Brusel: Komise evropských společenství, sdělení 347 v konečném

- znění, 24 str. Dostupné na www: <<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2002:0347:FIN:EN:PDF>>.
- [54] KONRAD, A. STEURER, R. LANGER, M. E. MARTINUZZI, A. (2006). Empirical Findings on Business-Society Relations in Europe. In *Journal of Business Ethics*, No. 63. str. 89–105. Dostupné z databáze ProQuest 5000.
- [55] KPMG (2008a). *International Survey of Corporate Responsibility Reporting 2008*. Amstelveen: KPMG, 114 str. Dostupné na www: <[http://www.kpmg.nl/Docs/Corporate\\_Site/Publicaties/Corp\\_responsibility\\_Survey\\_2008.pdf](http://www.kpmg.nl/Docs/Corporate_Site/Publicaties/Corp_responsibility_Survey_2008.pdf)>.
- [56] KPMG (2008b). *Sustainability Reporting – A guide*. KPMG, 34 str. Dostupné na www: <[http://www.group100.com.au/publications/kpmg\\_g100\\_SustainabilityRep200805.pdf](http://www.group100.com.au/publications/kpmg_g100_SustainabilityRep200805.pdf)>.
- [57] KUNZ, V. (2012). *Společenská odpovědnost firem*. 1. vyd. Praha: Grada, 208 str. ISBN 978-80-247-3983-0.
- [58] LINE, M. BRAUN, R. (2007). Baseline study on CSR practices in the new EU member states and candidate countries. United Nations Development Programme, 80 str. Dostupné na www: <[http://www.csr-weltweit.de/uploads/tx\\_jpdnloads/baseline\\_20study\\_20on\\_20CSR\\_20in\\_20the\\_20region\\_main\\_20layout.pdf](http://www.csr-weltweit.de/uploads/tx_jpdnloads/baseline_20study_20on_20CSR_20in_20the_20region_main_20layout.pdf)>.
- [59] MAIGNAN, I. RALSTON, D. A. (2002). Corporate social responsibility in Europe and the U.S.: Insights from businesses' self-presentations. In *Journal of International Business Studies*, Vol. 33. No. 3. str. 497–514. Dostupné z databáze ProQuest 5000.
- [60] MAUCH, J. E. PARK, N. (2003). *Guide to the Successful Thesis and Disertation. A Handbook for Students and Faculty*. 5. vyd. New York: Marcel Dekker, 330 str. ISBN 0-8247-4288-5.
- [61] MITCHELL, R. K. AGLE, B. R. WOOD, A. (1997). Toward a teory of stakeholder identification and salience: Defining the principle of who and what really counts. In *Academy of Management Review*. Vol. 22. No. 4. str. 853–886. Dostupné z databáze ProQuest 5000.
- [62] NEUENDORF, K. A. (2002). *The Content Analysis Guidebook*. Thousand Oaks: Sage Publications, 301 str. ISBN 0-7619-1978-3.
- [63] ObchZ. Zákon č. 513/1991 Sb., obchodní zákoník, v platném znění. Dostupné na www: <<http://business.center.cz/business/pravo/zakony/obchzak/cast1.aspx>>.
- [64] O'DONOVAN, G. (2002). Environmental disclosures in the annual report: extending the applicability and predictive power of legitimacy theory. In *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, Vol. 15. No. 3. str. 344–371. Dostupné z databáze ProQuest 5000.
- [65] OEDC. (2004). *OECD Principles of Corporate Governance*. Paris: OECD, 66 str. Dostupné na www: <<http://www.oecd.org/dataoecd/32/18/31557724.pdf>>.
- [66] OEYONO, J. SAMY, M. BAMPTON, R. (2011). An examination of corporate social responsibility and financial performance. A study of the top 50 Indonesian listed corporations. In *Journal of Global Responsibility*, Vol. 2. No. 1. str. 100–112. Dostupné z databáze ProQuest 5000.

- [67] PARKER, L. D. (2005). Social and environmental accountability research: A view from commentary box. In *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, Vol. 18. No. 6. str. 842–860. Dostupné z databáze ProQuest 5000.
- [68] PUNCH, K. (2008). Úspěšný návrh výzkumu. 1. vyd. Praha: Portál, 232 str. ISBN 978-80-7367-468-7.
- [69] REVERTE, C. (2009). Determinants of Corporate Social Responsibility Disclosure Ratings by Spanish Listed Firms. In *Journal of Business Ethics*, No. 88. str. 351–366. Dostupné z databáze ProQuest 5000.
- [70] RUUD, A. JELSTAD, J. EHRENCLOU, K. VORMEDAL, I. (2005). Corporate Responsibility Reporting in Norway: An Assessment of the 100 Largest Firms. Blindern: University of Oslo, Centre for Development and the Environment, Program for Research and Documentation for a Sustainable Society, 88 str. Dostupné na [www: <http://www.sum.uio.no/publications/pdf\\_fulltekst/prosusrep2005\\_09.pdf>](http://www.sum.uio.no/publications/pdf_fulltekst/prosusrep2005_09.pdf).
- [71] SAID, R. ZAINUDDIN, Y. H. HARON, H. (2009). The relationship between corporate social responsibility disclosure and corporate governance characteristics in Malaysian public listed companies. In *Social responsibility journal*, Vol. 5. No. 2. str. 212–226. Dostupné z databáze ProQuest 5000.
- [72] SETYORINI, CH. T., ISHAK, Z. (2012). Corporate Social and Environmental Disclosure: A Positive Accounting Theory View Point. In *International Journal of Business and Social Science*, Vol. 3. No. 9. str. 152–164. Dostupné z databáze ProQuest 5000.
- [73] SIREGAR, S. V. BACHTIAR, Y. (2010). Corporate social reporting: empirical evidence from Indonesia Stock Exchange. In *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*, Vol. 3. No. 3. str. 241–252. Dostupné z databáze ProQuest 5000.
- [74] STEINEROVÁ, M. VÁCLAVÍKOVÁ, A. MERVART, R. (2008). Společenská odpovědnost firem – průvodce nejen pro male a střední podniky. Praha: Business Leaders Forum, 28 str. Dostupné na [www: <http://www.csr-online.cz/Page.aspx?pruvodce&pruvodce>](http://www.csr-online.cz/Page.aspx?pruvodce&pruvodce).
- [75] SustainAbility (2006). Global Reporters Methodology. SustainAbility, 38 str. Dostupné na [www: <http://www.sustainability.com/downloads\\_public/insight\\_reports/GR\\_Methodology.pdf>](http://www.sustainability.com/downloads_public/insight_reports/GR_Methodology.pdf).
- [76] TAGESSON, T. BLANK, V., BROBERG, P. COLLIN, S. O. (2009). What Explains the Extent and Content of Social and Environmental Disclosures on Corporate Websites: A study of Social and Environmental Reporting in Swedish Listed Corporations. In *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, Vol. 16. str. 352–364. Dostupné z databáze ProQuest 5000.
- [77] TRNKOVÁ, J. (2005). Co znamená společenská odpovědnost firem? In *Napříč společenskou odpovědností firem*. 1. vyd. Kladno: AISIS, str. 30–34. ISBN 80-239-6111-X.
- [78] TUOMINEN, P. USKI, T. JUSSILA, I. KOTONEN, U. (2008). Organization types and corporate social responsibility reporting in Finnish forest industry. In *Social responsibility journal*, Vol. 4. No. 4. str. 474–490. Dostupné z databáze ProQuest 5000.

- [79] ULLMANN, A. A. (1985). Data in Search of a Theory: A Critical Examination of the Relationships Among Social Performance, Social Disclosure, and Economic Performance of U.S. Firms. In *Academy of Management Review*, Vol. 10. No. 3. str. 540–557. Dostupné z databáze ProQuest 5000.
- [80] UNGC (2008). *The Practical Guide to the United Nations Global Compact Communication on Progress (COP) – creating, sharing and posting a COP*. New York: UN Global Compact, 48 str. Dostupné na [www](http://www.unglobalcompact.org/docs/communication_on_progress/Tools_and_Publications/Practical_Guide_2008.pdf): <[http://www.unglobalcompact.org/docs/communication\\_on\\_progress/Tools\\_and\\_Publications/Practical\\_Guide\\_2008.pdf](http://www.unglobalcompact.org/docs/communication_on_progress/Tools_and_Publications/Practical_Guide_2008.pdf)>.
- [81] VÁVRA, J. ŠAROCHOVÁ, P. (2008). Hodnocení environmentální komunikace a reportingu ve vztahu k udržitelnému rozvoji v podnicích chemického průmyslu. In *Účetnictví a reporting udržitelného rozvoje na mikroekonomické a makroekonomické úrovni*. Pardubice: Univerzita Pardubice, str. 222–225. ISBN 978-80-7395-080-4.
- [82] YUSOFF, H. LEHMAN, G. (2005). International differences on corporate environmental disclosure practices: A comparison between Malaysia and Australia. School of Commerce, University of South Australia, 28 str. Dostupné na [www](http://www.unisa.edu.au/commerce/docs/International%20Differences%20on%20Corporate%20Environmental%20Disclosure%20Practices.pdf): <<http://www.unisa.edu.au/commerce/docs/International%20Differences%20on%20Corporate%20Environmental%20Disclosure%20Practices.pdf>>.
- [83] ZoA. Zákon č. 93/2009 Sb. o auditorech a o změně některých zákonů (zákon o auditorech), v platném znění. Dostupné na [www](http://www.podnikatel.cz/zakony/zakon-c-93-2009-sb-o-auditorech-a-o-zmene-nekterych-zakonu-zakon-o-auditorech/cele-zneni/): <<http://www.podnikatel.cz/zakony/zakon-c-93-2009-sb-o-auditorech-a-o-zmene-nekterych-zakonu-zakon-o-auditorech/cele-zneni/>>.
- [84] ZoÚ. Zákon č. 563/1991 Sb., o účetnictví, v platném znění. Dostupné na [www](http://business.center.cz/business/pravo/zakony/ucto/): <<http://business.center.cz/business/pravo/zakony/ucto/>>.
- [85] ZoVZ. Zákon č. 137/2006 Sb., o veřejných zakázkách, v platném znění. Dostupné na [www](http://business.center.cz/business/pravo/zakony/verejne-zakazky/): <<http://business.center.cz/business/pravo/zakony/verejne-zakazky/>>.
- [86] ZP. Zákon č. 262/2006 Sb., zákoník práce, v platném znění. Dostupné na [www](http://business.center.cz/business/pravo/zakony/zakonik-prace/): <<http://business.center.cz/business/pravo/zakony/zakonik-prace/>>.



## SEZNAM ZKRATEK

|              |  |
|--------------|--|
| CR           | CorporateRegister.com                          |
| CSR          | společenská odpovědnost podniku                |
| EMAS         | systém environmentálního řízení a auditu       |
| GRI          | Global Reporting Initiative                    |
| ObchZ        | Obchodní zákoník                               |
| OECD         | Organizace pro ekonomickou spolupráci a rozvoj |
| OVO          | obecná výzkumná otázka                         |
| SA8000       | Social Accountability 8000                     |
| Série AA1000 | série AccountAbility 1000                      |
| SVO          | specifická výzkumná otázka                     |
| UN CG        | UN Global Compact                              |
| VZ           | výroční zpráva                                 |
| ZoA          | Zákon o auditorech                             |
| ZoÚ          | Zákon o účetnictví                             |
| ZP           | Zákoník práce                                  |



## SEZNAM GRAFŮ

|   |    |
|---|----|
| Graf č. 1: Statisticky významný rozdíl v zahrnutí informací o současných prioritách ve vybraných oblastech do VZ mezi skupinami podniků (dle velikosti) .....               | 55 |
| Graf č. 2: Statisticky významný rozdíl v zahrnutí informací o spolupráci s určitými typy stakeholderů do VZ mezi skupinami podniků (dle velikosti).....                     | 56 |
| Graf č. 3: Statisticky významný rozdíl v zahrnutí informací o dalších CSR tématech do VZ mezi skupinami podniků (dle velikosti).....  | 57 |
| Graf č. 4: Statisticky významný rozdíl v zahrnutí informací o CSR tématech do VZ mezi skupinami podniků (dle odvětví).....  | 61 |
| Graf č. 5: Statisticky významný rozdíl v zahrnutí informací o CSR tématech do VZ mezi skupinami podniků (dle původu vlastníka).....   | 64 |
| Graf č. 6: Statisticky významný rozdíl v zahrnutí informací o souhrnném tématu Směřování podniku do VZ mezi skupinami podniků (dle míry souběhu vlastnictví a řízení) ..... | 67 |
| Graf č. 7: Statisticky významný rozdíl v zahrnutí informací o dalších CSR tématech do VZ mezi skupinami podniků (dle míry souběhu vlastnictví a řízení) .....               | 67 |
| Graf č. 8: Realizace aktivit versus jejich odraz ve VZ .....  | 69 |
| Graf č. 9: Realizace aktivit versus jejich odraz ve VZ – certifikáty .....  | 70 |
| Graf č. 10: Systematické sledování nákladů versus hloubka poskytované informace .....   | 71 |
| Graf č. 11: Významný vztah mezi volbou CSR témat a mírou důležitosti jednotlivých typů stakeholderů.....  | 82 |
| Graf č. 12: Významný vztah mezi volbou CSR témat a mírou ocenění jména podniku (image).....   | 84 |
| Graf č. 13: Významný vztah mezi volbou CSR témat a mírou zájmu o vstup do pracovního poměru .....   | 86 |

## SEZNAM OBRÁZKŮ

|  |    |
|--|----|
| Obrázek č. 1: Hierarchie konceptů .....                                    | 37 |
| Obrázek č. 2: Postup tvorby SVO k OVO č. 1 a identifikace zdrojů dat ..... | 40 |
| Obrázek č. 3: Postup tvorby SVO k OVO č. 2 a identifikace zdrojů dat ..... | 42 |

## SEZNAM TABULEK

|                |   |    |
|----------------|---|----|
| Tabulka č. 1:  | Statisticky významný rozdíl mezi volbou CSR témat a velikostí podniku.....  | 54 |
| Tabulka č. 2:  | Rozsah poskytované informace o současných prioritách versus velikost podniku .....                                  | 58 |
| Tabulka č. 3:  | Rozsah poskytované informace o investicích s pozitivním dopadem na životní prostředí versus velikost podniku .....  | 59 |
| Tabulka č. 4:  | Hloubka poskytované informace o investicích s pozitivním dopadem na životní prostředí versus velikost podniku ..... | 60 |
| Tabulka č. 5:  | Výskyt poskytované informace o souladu informací ve VZ s účetní závěrkou versus míra nákladů na pracovní sílu ..... | 62 |
| Tabulka č. 6:  | Statisticky významný rozdíl mezi volbou CSR témat a původem vlastníka ..  | 63 |
| Tabulka č. 7:  | Statisticky významný rozdíl mezi volbou CSR témat a mírou souběhu vlastnictví a řízení .....                        | 66 |
| Tabulka č. 8:  | Významný vztah mezi volbou CSR témat a charakteristikami vnitřního prostředí .....                                  | 74 |
| Tabulka č. 9:  | Významný vztah mezi kvalitou poskytovaných informací o CSR tématech a charakteristikami vnitřního prostředí .....   | 76 |
| Tabulka č. 10: | Významný vztah mezi snahou o podporu zpětné vazby a charakteristikami vnitřního prostředí.....                      | 79 |
| Tabulka č. 11: | Statisticky významný rozdíl mezi volbou CSR témat a mírou ocenění jména podniku (image).....                        | 83 |
| Tabulka č. 12: | Výskyt poskytované informace o spolupráci s obchodními partnery versus míra intenzity konkurenčního boje.....       | 87 |
| Tabulka č. 13: | Významný vztah mezi volbou CSR témat a vybranými charakteristikami vnějšího prostředí.....                          | 90 |
| Tabulka č. 14: | Významný vztah mezi kvalitou poskytovaných informací o CSR tématech a charakteristikami vnějšího prostředí .....    | 92 |
| Tabulka č. 15: | Významný vztah mezi snahou o podporu zpětné vazby a charakteristikami vnějšího prostředí.....                       | 93 |

## SEZNAM PŘÍLOH

|           |   |     |
|-----------|---|-----|
| Příloha A | Srovnání základního souboru s konečným vzorkem podniků .....  | 116 |
| Příloha B | Přehled témat (kategorií) vstupujících do vztahu s vybranou charakteristikou prostředí v prvním hledisku přístupu – volbě témat .....                     | 119 |
| Příloha C | Přehled témat (kategorií) vstupujících do vztahu s vybranou charakteristikou prostředí v prvním hledisku přístupu – rozsahu poskytovaných informací ..... | 121 |
| Příloha D | Přehled témat (kategorií) vstupujících do vztahu s vybranou charakteristikou prostředí v druhém hledisku přístupu – kvalitě poskytovaných informací ..... | 123 |
| Příloha E | Přehled témat (kategorií) vstupujících do vztahu s vybranou charakteristikou prostředí ve třetím hledisku přístupu – snaze o podporu zpětné vazby .....   | 124 |
| Příloha F | Výsledky statistik – neosobní formy kontaktu versus kvalita produktů .....  | 124 |
| Příloha G | Rozložení podniků ve výzkumném vzorku dle původu vlastníka .....  | 124 |
| Příloha H | Rozsah poskytované informace o vybraném tématu versus původ vlastníka .....   | 125 |
| Příloha I | Hloubka poskytované informace o vybraném tématu versus původ vlastníka .....  | 126 |
| Příloha J | Rozsah poskytované informace o vybraných tématech versus míra souběhu vlastnictví a řízení podniku .....  | 127 |
| Příloha K | Hloubka informace o poskytovaných benefitech versus míra souběhu vlastnictví a řízení podniku .....   | 128 |
| Příloha L | Zkoumaná témata u jednotlivých typů stakeholderů .....  | 129 |
| Příloha M | Souhrnné vyhodnocení důležitosti jednotlivých typů stakeholderů .....   | 133 |
| Příloha N | Hloubka poskytované informace o vzdělávání zaměstnanců versus image podniku .....   | 133 |

## Příloha A – Srovnání základního souboru s konečným vzorkem podniků

**Tabulka č. 1: Srovnání základního souboru a konečného vzorku podniků dle krajského členění**

| Kraj               | Základní soubor – celkem | Základní soubor – % | Konečný vzorek podniků – celkem | Konečný vzorek podniků – % |
|--------------------|--------------------------|---------------------|---------------------------------|----------------------------|
| Hlavní město Praha | 280                      | 9,9                 | 7                               | 6,7                        |
| Jihočeský          | 273                      | 9,7                 | 6                               | 5,8                        |
| Jihomoravský       | 191                      | 6,8                 | 17                              | 16,3                       |
| Karlovarský        | 158                      | 5,6                 | 5                               | 4,8                        |
| Kraj Vysočina      | 71                       | 2,5                 | 6                               | 5,8                        |
| Královehradecký    | 200                      | 7,1                 | 5                               | 4,8                        |
| Liberecký          | 126                      | 4,5                 | 1                               | 1,0                        |
| Moravskoslezský    | 148                      | 5,3                 | 11                              | 10,6                       |
| Olomoucký          | 195                      | 6,9                 | 11                              | 10,6                       |
| Pardubický         | 168                      | 6,0                 | 8                               | 7,7                        |
| Plzeňský           | 351                      | 12,5                | 5                               | 4,8                        |
| Středočeský        | 191                      | 6,8                 | 6                               | 5,8                        |
| Ústecký            | 207                      | 7,3                 | 6                               | 5,8                        |
| Zlínský            | 258                      | 9,2                 | 10                              | 9,6                        |
| Celkem             | 2817                     | 100,0               | 104                             | 100,0                      |

Zdroj: autorka dle Blažek et al., 2007, str. 30 a výzkumných dat.

**Tabulka č. 2: Srovnání základního souboru a konečného vzorku podniků dle odvětvového členění – hrubá struktura**

| Odvětví                | Základní soubor – celkem | Základní soubor – % | Konečný vzorek podniků – celkem | Konečný vzorek podniků – % |
|------------------------|--------------------------|---------------------|---------------------------------|----------------------------|
| Zpracovatelský průmysl | 2344                     | 83,2                | 87                              | 83,7                       |
| Stavebnictví           | 473                      | 16,8                | 17                              | 16,3                       |
| Celkem                 | 2817                     | 100,0               | 104                             | 100,0                      |

Zdroj: autorka dle Blažek et al., 2007, str. 31 a výzkumných dat.

**Tabulka č. 3: Srovnání základního souboru a konečného vzorku podniků dle odvětvové členění – podrobná struktura**

| Odvětví  | Základní soubor – celkem | Základní soubor – % | Konečný vzorek podniků – celkem | Konečný vzorek podniků – % |
|--|--------------------------|---------------------|---------------------------------|----------------------------|
| <b>D – Zpracovatelský průmysl</b>  |                          |                     |                                 |                            |
| 15 (Výroba potravinářských výrobků a nápojů)   | 314                      | 11,1                | 7                               | 6,7                        |
| 16 (Výroba tabákových výrobků)   | 1                        | 0,0                 | 0                               | 0,0                        |
| 17 (Výroba textilií a textilních výrobků)  | 88                       | 3,1                 | 4                               | 3,8                        |
| 18 (Výroba oděvů, zpracování a barvení kožešin)  | 19                       | 0,7                 | 0                               | 0,0                        |
| 19 (Činění a úprava usní, výroba brašnářských a sedlářských výrobků a obuvi)                       | 12                       | 0,4                 | 0                               | 0,0                        |
| 20 (Zpracování dřeva, výroba dřevařských, korkových, proutěných a slaměných výrobků kromě nábytku) | 77                       | 2,7                 | 1                               | 1,0                        |
| 21 (Výroba vlákniny, papíru a výrobků z papíru)  | 51                       | 1,8                 | 0                               | 0,0                        |
| 24 (Výroba chemických látek, přípravků, léčiv a chemických vláken)                                 | 103                      | 3,7                 | 5                               | 4,8                        |
| 25 (Výroba pryžových a plastových výrobků)   | 180                      | 6,4                 | 6                               | 5,8                        |
| 26 (Výroba ostatních nekovových minerálních výrobků)   | 137                      | 4,9                 | 9                               | 8,7                        |
| 27 (Výroba základních kovů a hutních výrobků)  | 87                       | 3,1                 | 2                               | 1,9                        |
| 28 (Výroba kovových konstrukcí a kovodělných výrobků (kromě strojů a zařízení))                    | 336                      | 11,9                | 9                               | 8,7                        |
| 29 (Výroba a opravy strojů a zařízení j. n.)   | 386                      | 13,7                | 25                              | 24,0                       |
| 30 (Výroba kancelářských strojů a počítačů)  | 12                       | 0,4                 | 0                               | 0,0                        |
| 31 (Výroba elektrických strojů a zařízení j. n.)   | 173                      | 6,1                 | 6                               | 5,8                        |
| 32 (Výroba rádiových, televizních a spojových zařízení a přístrojů)                                | 52                       | 1,8                 | 1                               | 1,0                        |
| 33 (Výroba zdravotnických, přesných, optických a časoměrných přístrojů)                            | 55                       | 2,0                 | 1                               | 1,0                        |
| 34 (Výroba motorových vozidel (kromě motocyklů), výroba přívěsů a návěsů)                          | 113                      | 4,0                 | 3                               | 2,9                        |
| 35 (Výroba ostatních dopravních prostředků a zařízení)   | 37                       | 1,3                 | 2                               | 1,9                        |
| 36 (Výroba nábytku; zpracovatelský průmysl j. n.)  | 111                      | 3,9                 | 5                               | 4,8                        |
| <b>F – Stavebnictví</b>  |                          |                     |                                 |                            |
| 45 (Stavebnictví)  | 473                      | 16,8                | 17                              | 16,3                       |
| <b>Celkem</b>  | <b>2817</b>              | <b>100,0</b>        | <b>104</b>                      | <b>100,0</b>               |

Zdroj: autorka dle Blažek et al., 2007, str. 31–32 a výzkumných dat.

Z komparace dat v tabulce č. 1 vyplývá, že oproti základnímu souboru obsahuje konečný vzorek podniků vyšší zastoupení podniků v Jihomoravském (o 9,6 %), Moravskoslezském (o 5,3 %) kraji. Naopak menší zastoupení podniků má v kraji Plzeňském (o 7,7 %). Z tabulky č. 2 je dále patrné, že dle hrubého odvětvového členění konečný vzorek podniků téměř ideálně kopíruje strukturu rozdělení podniků v základním souboru.

Z porovnání rozložení podniků v základním souboru s jejich rozložením v konečném vzorku podniků v odvětvovém členění dle podrobnější struktury – viz tabulka č. 3 – však vyplývá, že konečný vzorek podniků neobsahuje oproti základnímu souboru podniky z oddílů 16, 18, 19, 21 a 30. Podniky z těchto oddílů však v základním souboru reprezentují v sekci D – Zpracovatelský průmysl jen zanedbatelné procento na celkovém počtu podniků v této sekci. Jejich absence v konečném vzorku podniků tudíž nesnižuje významně reprezentativnost konečného vzorku. Z komparace dále vyplývá, že oproti základnímu souboru obsahuje konečný vzorek podniků vyšší zastoupení podniků z oddílu 29 – Výroba a opravy strojů a zařízení j. n. (o 10,3 %). Tato zjištění omezují reprezentativnost vzorku.

## Příloha B – Přehled témat (kategorií) vstupujících do vztahu s vybranou charakteristikou prostředí v prvním hledisku přístupu – volbě témat

| Název témat (kategorií)                    | Název dílčích témat (podkategorií) |
|--|------------------------------------|
| Současné priority v oblasti                | Výroby / výrobku                   |
|  | Životního prostředí                |
|  | Lidských zdrojů                    |
|  | Procesů                            |
|  | Norem                              |
|  | Bezpečnosti a ochrany zdraví       |
|  | Image                              |
|  | Marketingu a komunikace            |
|  | Etické                             |
|  | Ekonomické                         |
| Priority pro nadcházející období v oblasti | Výroby / výrobku                   |
|  | Životního prostředí                |
|  | Lidských zdrojů                    |
|  | Procesů                            |
|  | Norem                              |
|  | Bezpečnosti a ochrany zdraví       |
|  | Image                              |
|  | Marketingu a komunikace            |
|  | Etické                             |
|  | Ekonomické                         |
| Normy                                      | ISO 9001                           |
|  | ISO 14001                          |
|  | OHSAS 18001                        |
|  | Správná výrobní praxe              |
| Nefinanční audit                           | Audit bez rozlišení                |
|  | Vnitřní audit                      |
|  | Vnější audit                       |
|  | Audit dodavatelů                   |
| Kontrola                                   | ---                                |
| Soudní spory                               | ---                                |
| Investice – životní prostředí              | ---                                |
| Aktivity – životní prostředí               | ---                                |
| Spolupráce se stakeholdery                 | Vzdělávací a výzkumné instituce    |
|  | Zaměstnanci                        |
|  | Odbory                             |
|  | Státní úřady a instituce           |
|  | Obchodní partneři                  |
|  | Archeologové                       |
|  | Specializovaná pracoviště          |
|  | Odborníci                          |
| Jiní                                       |                                    |



| Název témat (kategorií)                      | Název dílčích témat (podkategorií) |
|--|------------------------------------|
| Vztahy se stakeholdery                       | Vzdělávací a výzkumné instituce    |
|  | Zaměstnanci                        |
|  | Odbory                             |
|  | Státní úřady a instituce           |
|  | Obchodní partneři                  |
|  | Archeologové                       |
|  | Specializovaná pracoviště          |
|  | Odborníci                          |
|  | Jiní                               |
| Racionalizace a optimalizace procesů         | ---                                |
| Vzdělávání zaměstnanců                       | ---                                |
| Poskytované benefity                         | ---                                |
| Bezpečnost a ochrana zdraví při práci        | ---                                |
| Závazky v oblasti                            | Výroby / výrobku                   |
|  | Životního prostředí                |
|  | Lidských zdrojů                    |
|  | Procesů                            |
|  | Norem                              |
|  | Bezpečnosti a ochrany zdraví       |
|  | Image                              |
|  | Marketingu a komunikace            |
|  | Etické                             |
|  | Ekonomické                         |
| Plnění zástupcům podniku                     | ---                                |
| Představenstvo, dozorčí rada - kvalita údajů | ---                                |
| Soulad info ve VZ s účetní závěrkou          | ---                                |
| Osoby odpovědné za VZ                        | ---                                |
| Kontaktní údaje                              | Tel. bez jména                     |
|  | Tel. na osobu                      |
|  | E-mail na podnik                   |
|  | E-mail na osobu                    |
|  | Fax                                |
|  | Fyzická adresa                     |

Zdroj: autorka

## Příloha C – Přehled témat (kategorií) vstupujících do vztahu s vybranou charakteristikou prostředí v prvním hledisku přístupu – rozsahu poskytovaných informací

| Název témat (kategorií)                    | Název dílčích témat (podkategorií) |
|--|------------------------------------|
| Současné priority v oblasti                | Výroby / výrobku                   |
|  | Životního prostředí                |
|  | Lidských zdrojů                    |
|  | Procesů                            |
|  | Norem                              |
|  | Bezpečnosti a ochrany zdraví       |
|  | Image                              |
|  | Marketingu a komunikace            |
|  | Etické                             |
|  | Ekonomické                         |
| Priority pro nadcházející období v oblasti | Výroby / výrobku                   |
|  | Životního prostředí                |
|  | Lidských zdrojů                    |
|  | Procesů                            |
|  | Norem                              |
|  | Bezpečnosti a ochrany zdraví       |
|  | Image                              |
|  | Marketingu a komunikace            |
|  | Etické                             |
|  | Ekonomické                         |
| Normy                                      | ISO 9001                           |
|  | ISO 14001                          |
|  | OHSAS 18001                        |
|  | Správná výrobní praxe              |
| Nefinanční audit                           | Audit bez rozlišení                |
|  | Vnitřní audit                      |
|  | Vnější audit                       |
|  | Audit dodavatelů                   |
| Kontrola                                   | ---                                |
| Soudní spory                               | ---                                |
| Investice – životní prostředí              | ---                                |
| Aktivity – životní prostředí               | ---                                |
| Spolupráce se stakeholdery                 | Vzdělávací a výzkumné instituce    |
|  | Zaměstnanci                        |
|  | Odbory                             |
|  | Státní úřady a instituce           |
|  | Obchodní partneři                  |
|  | Archeologové                       |
|  | Specializovaná pracoviště          |
| Odborníci                                  |                                    |

| Název témat (kategorií)               | Název dílčích témat (podkategorií) |
|---------------------------------------|------------------------------------|
|                                       | Jiní                               |
| Vztahy se stakeholdery                | Vzdělávací a výzkumné instituce    |
|                                       | Zaměstnanci                        |
|                                       | Odbory                             |
|                                       | Státní úřady a instituce           |
|                                       | Obchodní partneři                  |
|                                       | Archeologové                       |
|                                       | Specializovaná pracoviště          |
|                                       | Odborníci                          |
|                                       | Jiní                               |
| Racionalizace a optimalizace procesů  | ---                                |
| Vzdělávání zaměstnanců                | ---                                |
| Poskytované benefity                  | ---                                |
| Bezpečnost a ochrana zdraví při práci | ---                                |
| Závazky v oblasti                     | Výroby / výrobku                   |
|                                       | Životního prostředí                |
|                                       | Lidských zdrojů                    |
|                                       | Procesů                            |
|                                       | Norem                              |
|                                       | Bezpečnosti a ochrany zdraví       |
|                                       | Image                              |
|                                       | Marketingu a komunikace            |
|                                       | Etické                             |
|                                       | Ekonomické                         |
| Plnění zástupcům podniku              | ---                                |

Legenda: --- označuje kategorie, které nebyly dále vnitřně členěny na dílčí témata

Zdroj: autorka

U níže uvedených kategorií bylo s využitím otevřeného kódování a logiky zjištěno, že u nich nemá smysl rozsah poskytované informace zkoumat:

- Představenstvo, dozorčí rada – kvalita údajů,
- Soulad info ve VZ s účetní závěrkou,
- Osoby odpovědné za VZ a
- Kontaktní údaje.

## Příloha D – Přehled témat (kategorií) vstupujících do vztahu s vybranou charakteristikou prostředí v druhém hledisku přístupu – kvalitě poskytovaných informací

**Tabulka č. 1: Přehled témat (kategorií) vstupujících do hodnocení vztahu mezi vybranou charakteristikou přístupu a ukazatelem kvality poskytovaných informací – hloubky poskytovaných informací**

| Název témat (kategorií)               |
|---------------------------------------|
| Normy                                 |
| Nefinanční audit                      |
| Kontrola                              |
| Soudní spory                          |
| Investice – životní prostředí         |
| Aktivity – životní prostředí          |
| Spolupráce se stakeholdery            |
| Vzdělávání zaměstnanců                |
| Poskytované benefity                  |
| Bezpečnost a ochrana zdraví při práci |

Zdroj: autorka

U níže uvedených kategorií bylo s využitím otevřeného kódování zjištěno, že u nich nemá smysl hloubku poskytované informace zkoumat:

- Současné priority,
- Priority pro nadcházející období,
- Racionalizace a optimalizace procesů,
- Vztahy se stakeholdery,
- Závazky,
- Plnění zástupcům podniku,
- Představenstvo, dozorčí rada – kvalita údajů,
- Soulad info ve VZ s účetní závěrkou,
- Osoby odpovědné za VZ,
- Kontaktní údaje.

**Tabulka č. 2: Přehled témat (kategorií) vstupujících do hodnocení vztahu mezi vybranou charakteristikou přístupu a ukazatelem kvality poskytovaných informací – zahrnutím informací podporujících důvěryhodnost poskytovaných informací**

| Název témat (kategorií)                      |
|--|
| Představenstvo, dozorčí rada – kvalita údajů |
| Soulad info ve VZ s účetní závěrkou          |

Zdroj: autorka

## Příloha E – Přehled témat (kategorií) vstupujících do vztahu s vybranou charakteristikou prostředí ve třetím hledisku přístupu – snaze o podporu zpětné vazby

| Název témat (kategorií) | Název dílčích témat (podkategorií) |
|-------------------------|------------------------------------|
| Osoby odpovědné za VZ   | ---                                |
| Kontaktní údaje         | Tel. bez jména                     |
|                         | Tel. na osobu                      |
|                         | E-mail na podnik                   |
|                         | E-mail na osobu                    |
|                         | Fax                                |
|                         | Fyzická adresa                     |

Zdroj: autorka

## Příloha F – Výsledky statistik – neosobní formy kontaktu versus kvalita produktů

| Název (pod)kategorií                | $\chi^2$ | df | N   | p      | tb    | p (jedno-směrný) | poměrový ukazatel |
|-------------------------------------|----------|----|-----|--------|-------|------------------|-------------------|
| Tel. bez jména x kvalita produktů   | 4,204    | 1  | 104 | p<0,05 | 0,202 | 0,021            | 3,4×              |
| E-mail na podnik x kvalita produktů | 4,769    | 1  | 104 | p<0,05 | 0,215 | 0,015            | 4,1×              |
| Fax x kvalita produktů              | 5,100    | 1  | 104 | p<0,05 | 0,223 | 0,012            | 3,7×              |

Zdroj: autorka

## Příloha G – Rozložení podniků ve výzkumném vzorku dle původu vlastníka

| Původ vlastníka podniku             | n   | %     | Validní % |
|-------------------------------------|-----|-------|-----------|
| ČR + země bývalého Východního bloku | 66  | 63,5  | 75,9      |
| Ekonomicky rozvinutější země        | 21  | 20,2  | 24,1      |
| Celkem                              | 87  | 83,7  | 100,0     |
| Chybějící údaje                     | 17  | 16,3  |           |
| Celkem                              | 104 | 100,0 |           |

Zdroj: autorka

### Vysvětlení postupu tvorby umělé proměnné:

Pokud podnik vlastnilo vícero vlastníků, byl započítán jen ten zahraniční – vždy se jednalo o majoritního či velkého vlastníka. Data byla získána pouze od 87 respondentů, zbytek původu vlastníka v dotazníkovém šetření nevedl.

## Příloha H – Rozsah poskytované informace o vybraném tématu versus původ vlastníka

Rozsah poskytované informace o Racionalizaci a optimalizaci procesů či jednotlivých činností versus původ vlastníka

| Původ vlastníka podniku             | Rozsah poskytované informace |                             |                                   | Celkem        |
|-------------------------------------|------------------------------|-----------------------------|-----------------------------------|---------------|
|                                     | informace neuvedena          | malý rozsah (do 1 odstavce) | velký rozsah (od 2 odstavců výše) |               |
| ČR + země bývalého Východního bloku | 58<br>87,9 %                 | 7<br>10,6 %                 | 1<br>1,5 %                        | 66<br>100,0 % |
| Ekonomicky rozvinutější země        | 14<br>66,7 %                 | 7<br>33,3 %                 | 0<br>0,0 %                        | 21<br>100,0 % |
| Celkem                              | 72<br>82,8 %                 | 14<br>16,1 %                | 1<br>1,1 %                        | 87<br>100,0 % |

Zdroj: autorka

Rozsah poskytované informace o Nefinančním vnitřním auditu versus původ vlastníka

| Původ vlastníka podniku             | Rozsah poskytované informace |                             |                                   | Celkem        |
|-------------------------------------|------------------------------|-----------------------------|-----------------------------------|---------------|
|                                     | informace neuvedena          | malý rozsah (do 1 odstavce) | velký rozsah (od 2 odstavců výše) |               |
| ČR + země bývalého Východního bloku | 63<br>95,5 %                 | 3<br>4,5 %                  | 0<br>0 %                          | 66<br>100,0 % |
| Ekonomicky rozvinutější země        | 16<br>76,2 %                 | 5<br>23,8 %                 | 0<br>0 %                          | 21<br>100,0 % |
| Celkem                              | 79<br>90,8 %                 | 8<br>9,2 %                  | 0<br>0 %                          | 87<br>100,0 % |

Zdroj: autorka

Rozsah poskytované informace o Vzdělávání zaměstnanců versus původ vlastníka

| Původ vlastníka podniku             | Rozsah poskytované informace |                             |                                   | Celkem        |
|-------------------------------------|------------------------------|-----------------------------|-----------------------------------|---------------|
|                                     | informace neuvedena          | malý rozsah (do 1 odstavce) | velký rozsah (od 2 odstavců výše) |               |
| ČR + země bývalého Východního bloku | 52<br>78,8 %                 | 12<br>18,2 %                | 2<br>3,0 %                        | 66<br>100,0 % |
| Ekonomicky rozvinutější země        | 13<br>61,9 %                 | 4<br>19,0 %                 | 4<br>19,0 %                       | 21<br>100,0 % |
| Celkem                              | 65<br>74,7 %                 | 16<br>18,4 %                | 6<br>6,9 %                        | 87<br>100,0 % |

Zdroj: autorka

## Příloha I – Hloubka poskytované informace o vybraném tématu versus původ vlastníka

### Hloubka poskytované informace o nefinančním vnitřním auditu versus původ vlastníka

| Původ vlastníka<br>podniku             | Hloubka poskytované informace |                  |                          | Celkem        |
|--|-------------------------------|------------------|--------------------------|---------------|
|  | informace<br>neuveдена        | obecná informace | detailnější<br>informace |               |
| ČR + země bývalého<br>Východního bloku | 63<br>95,5 %                  | 0<br>0,0 %       | 3<br>4,5 %               | 66<br>100,0 % |
| Ekonomicky<br>rozvinutější země        | 16<br>76,2 %                  | 1<br>4,8 %       | 4<br>19,0 %              | 21<br>100,0 % |
| Celkem                                 | 79<br>90,8 %                  | 1<br>1,1 %       | 7<br>8,0 %               | 87<br>100,0 % |

Zdroj: autorka

### Hloubka poskytované informace o nefinančním vnějším auditu versus původ vlastníka

| Původ vlastníka<br>podniku             | Hloubka poskytované informace |                  |                          | Celkem        |
|--|-------------------------------|------------------|--------------------------|---------------|
|  | informace<br>neuveдена        | obecná informace | detailnější<br>informace |               |
| ČR + země bývalého<br>Východního bloku | 58<br>87,9 %                  | 0<br>0,0 %       | 8<br>12,1 %              | 66<br>100,0 % |
| Ekonomicky<br>rozvinutější země        | 14<br>66,7 %                  | 4<br>19,0 %      | 3<br>14,3 %              | 21<br>100,0 % |
| Celkem                                 | 72<br>82,8 %                  | 4<br>4,6 %       | 11<br>12,6 %             | 87<br>100,0 % |

Zdroj: autorka

## Příloha J – Rozsah poskytované informace o vybraných tématech versus míra souběhu vlastnictví a řízení podniku

**Rozsah poskytované informace o racionalizaci a optimalizaci procesů či jednotlivých činností versus míra souběhu vlastnictví a řízení podniku**

| Podniky                        | Rozsah poskytované informace |                             |                                   | Celkem        |
|--------------------------------|------------------------------|-----------------------------|-----------------------------------|---------------|
|                                | informace neuvedena          | malý rozsah (do 1 odstavce) | velký rozsah (od 2 odstavců výše) |               |
| Vlastnictví odděleno od řízení | 44<br>74,6 %                 | 14<br>23,7 %                | 1<br>1,7 %                        | 59<br>100,0 % |
| Souběh vlastnictví a řízení    | 35<br>92,1 %                 | 3<br>7,9 %                  | 0<br>0,0 %                        | 38<br>100,0 % |
| Celkem                         | 79<br>81,4 %                 | 17<br>17,5 %                | 1<br>1,0 %                        | 97<br>100,0 % |

Zdroj: autorka

**Rozsah poskytované informace o nefinančním vnějším auditu versus míra souběhu vlastnictví a řízení podniku**

| Podniky                        | Rozsah poskytované informace |                             |                                   | Celkem        |
|--------------------------------|------------------------------|-----------------------------|-----------------------------------|---------------|
|                                | informace neuvedena          | malý rozsah (do 1 odstavce) | velký rozsah (od 2 odstavců výše) |               |
| Vlastnictví odděleno od řízení | 45<br>76,3 %                 | 11<br>18,6 %                | 3<br>5,1 %                        | 59<br>100,0 % |
| Souběh vlastnictví a řízení    | 36<br>94,7 %                 | 2<br>5,3 %                  | 0<br>0,0 %                        | 38<br>100,0 % |
| Celkem                         | 81<br>83,5 %                 | 13<br>13,4 %                | 3<br>3,1 %                        | 97<br>100,0 % |

Zdroj: autorka



**Rozsah poskytované informace o vzdělávání zaměstnanců versus míra souběhu vlastnictví a řízení podniku**

| Podniky                           | Rozsah poskytované informace |                 |                      | Celkem        |
|-----------------------------------|------------------------------|-----------------|----------------------|---------------|
|                                   | informace<br>neuveдена       | malý rozsah     | velký rozsah         |               |
|                                   |                              | (do 1 odstavce) | (od 2 odstavců výše) |               |
| Vlastnictví odděleno<br>od řízení | 41<br>69,5 %                 | 12<br>20,3 %    | 6<br>10,2 %          | 59<br>100,0 % |
| Souběh vlastnictví<br>a řízení    | 32<br>84,2 %                 | 6<br>15,8 %     | 0<br>0,0 %           | 38<br>100,0 % |
| Celkem                            | 73<br>75,3 %                 | 18<br>18,6 %    | 6<br>6,2 %           | 97<br>100,0 % |

Zdroj: autorka

**Rozsah poskytované informace o poskytovaných benefitech versus míra souběhu vlastnictví a řízení podniku**

| Podniky                           | Rozsah poskytované informace |                 |                      | Celkem        |
|-----------------------------------|------------------------------|-----------------|----------------------|---------------|
|                                   | informace<br>neuveдена       | malý rozsah     | velký rozsah         |               |
|                                   |                              | (do 1 odstavce) | (od 2 odstavců výše) |               |
| Vlastnictví odděleno<br>od řízení | 38<br>64,4 %                 | 17<br>28,8 %    | 4<br>6,8 %           | 59<br>100,0 % |
| Souběh vlastnictví<br>a řízení    | 34<br>89,5 %                 | 4<br>10,5 %     | 0<br>0,0 %           | 38<br>100,0 % |
| Celkem                            | 72<br>74,2 %                 | 21<br>21,6 %    | 4<br>4,1 %           | 97<br>100 %   |

Zdroj: autorka

**Příloha K – Hloubka informace o poskytovaných benefitech versus míra souběhu vlastnictví a řízení podniku**

| Podniky                           | Hloubka poskytované informace |                  |                       | Celkem        |
|-----------------------------------|-------------------------------|------------------|-----------------------|---------------|
|                                   | informace<br>neuveдена        | obecná informace | detailnější informace |               |
| Vlastnictví<br>odděleno od řízení | 38<br>64,4 %                  | 4<br>6,8 %       | 17<br>28,8 %          | 59<br>100,0 % |
| Souběh vlastnictví<br>a řízení    | 34<br>89,5 %                  | 1<br>2,6 %       | 3<br>7,9 %            | 38<br>100,0 % |
| Celkem                            | 72<br>74,2 %                  | 5<br>5,2 %       | 20<br>20,6 %          | 97<br>100 %   |

 $(\chi^2(2, N=97)=7,634, p<0,05; tc=0,241, p=0,002)$ 

Zdroj: autorka

## Příloha L – Zkoumaná témata u jednotlivých typů stakeholderů

### Zkoumaná CSR témat – zákazníci

| Témata                                     | Hloubka | Témata                  | Hloubka |
|--|---------|-------------------------|---------|
| Současné priority – výroba/výrobek         | ---     | Závazky v oblasti       |         |
| Priority pro nadcházející období – výrobek | ---     | - výroby/výrobku        | ---     |
| Soudní spory                               |         | - ekonomické            | ---     |
| Etický kodex                               | ---     | Normy                   |         |
| Získaná ocenění podniku, jeho produktů     | ---     | - ISO 9001              |         |
| Spolupráce s obchodními partnery           |         | - ISO 14001             |         |
| Vztahy s obchodními partnery               |         | - OHSAS 18001           |         |
| Získaná osvědčení                          | ---     | - Správná výrobní praxe |         |

Legenda: --- označuje kategorie, u kterých bylo s využitím otevřeného kódování zjištěno, že u nich nemá smysl hloubku poskytované informace zkoumat

Zdroj: autorka

### Zkoumaná CSR témat – vlastníci

| Témata   | Hloubka | Témata           | Hloubka |
|--|---------|------------------|---------|
| Identifikace úspor/výnosů s pozitivním vlivem na životní prostředí |         | Kontrola         |         |
| Racionalizace a optimalizace procesů                               | ---     | Nefinanční audit |         |
| Soudní spory   |         | – vnitřní        |         |
| Kodex řízení a správy  | ---     | – vnější         |         |
| Plnění zástupcům podniku   | ---     | – dodavatelů     |         |

Legenda: --- označuje kategorie, u kterých bylo s využitím otevřeného kódování zjištěno, že u nich nemá smysl hloubku poskytované informace zkoumat

Zdroj: autorka

### Zkoumaná CSR témat – zaměstnanci

| Témata                                     |  |
|--|--|
| Normy – OHSAS 18001                        | Získaná ocenění podniku, jeho produktů |
| Současné priority v oblasti                | Vzdělávání zaměstnanců                 |
| – lidských zdrojů                          | Poskytované benefity                   |
| – bezpečnosti a zdraví při práci           | Bezpečnost a ochrana zdraví při práci  |
| Priority pro nadcházející období v oblasti | Spolupráce se                          |
| – lidských zdrojů                          | – zaměstnanci                          |
| – bezpečnosti a zdraví při práci           | – odbory                               |
| Formulace strategie v oblasti              | Vztahy se                              |
| – lidských zdrojů                          | – zaměstnanci                          |
| – bezpečnosti a zdraví při práci           | – odbory                               |

Zdroj: autorka

**Vztah mezi volbou informací o získaných oceněních podniku, jeho produktů a mírou důležitosti zaměstnanců**

| Důležitost      | Výskyt informace o ocenění podniku, jeho produktů |             | Celkem         |
|-----------------|---|-------------|----------------|
|                 | ne  | ano         |                |
| Malá až střední | 37<br>100,0 %                                     | 0<br>0,0 %  | 37<br>100,0 %  |
| Vysoká          | 59<br>88,1 %                                      | 8<br>11,9 % | 67<br>100,0 %  |
| Celkem          | 96<br>92,3 %                                      | 8<br>7,7 %  | 104<br>100,0 % |

(Fisherův přesný test  $p < 0,05$ ;  $t_b = 0,215$ ,  $p(\text{jednosměrný}) = 0,015$ )

Zdroj: autorka

**Zkoumaná CSR témat – věřitelé**

| Témata   |                             |
|--|-----------------------------|
| Současné priority – ekonomická oblast                | Závazky – ekonomická oblast |
| Priority pro nadcházející období - ekonomická oblast | Kontrola                    |
| Nefinanční audit                                     | Soudní spory                |
| - vnitřní  | Plnění zástupcům podniku    |
| - vnější   |                             |

Zdroj: autorka

**Zkoumaná CSR témat – dodavatelé**

| Témata                      |                                  |
|-----------------------------|----------------------------------|
| Závazky – ekonomická oblast | Spolupráce s obchodními partnery |
| Nefinanční audit dodavatelů | Vztahy s obchodními partnery     |
| Etický kodex                |                                  |

Zdroj: autorka

**Vztah mezi volbou informací o závazcích podniku v ekonomické oblasti a mírou důležitosti dodavatelů**

| Důležitost      | Výskyt informace o závazcích podniku v ekonomické oblasti |              | Celkem         |
|-----------------|---|--------------|----------------|
|                 | ne  | ano          |                |
| Malá až střední | 27<br>71,1 %  | 11<br>28,9 % | 38<br>100,0 %  |
| Vysoká          | 34<br>51,5 %  | 32<br>48,5 % | 66<br>100,0 %  |
| Celkem          | 61<br>58,7 %  | 43<br>41,3 % | 104<br>100,0 % |

(Fisherův přesný test  $p(\text{jednosměrný}) < 0,05$ ;  $t_b = 0,191$ ,  $p(\text{jednosměrný}) = 0,026$ )

Zdroj: autorka

**Zkoumaná CSR témat – komunita**

| <b>Témata</b>                              |   |
|--|---|
| Současné priority v oblasti                | Investice s pozitivním dopadem na životní prostředí   |
| – životního prostředí                      | Aktivita na ochranu životního prostředí               |
| – lidských zdrojů                          | Vyznávané hodnoty, zásady spojené se CSR              |
| Priority pro nadcházející období v oblasti | Spolupráce se vzdělávacími a výzkumnými institucemi   |
| – životního prostředí                      | Vztahy se vzdělávacími a výzkumnými institucemi       |
| – lidských zdrojů                          | Filantropie, sponzoring                               |
| Formulace strategie v oblasti              | Spjatost s regionem                                   |
| – životního prostředí                      | Přihlášení se ke koncepci udržitelného rozvoje či CSR |
| – lidských zdrojů                          | Závazky v oblasti                                     |
| Kodex                                      | – životního prostředí                                 |
| – etický                                   | – lidských zdrojů                                     |
| – CSR                                      | – ekonomické  |

Zdroj: autorka

**Vztah mezi volbou informací o etickém kodexu a mírou důležitosti komunity**

| <b>Důležitost</b> | <b>Výskyt informace o etickém kodexu</b> |            | <b>Celkem</b>  |
|-------------------|--|------------|----------------|
|                   | <b>ne</b>                                | <b>ano</b> |                |
| Malá až střední   | 80<br>100,0 %                            | 0<br>0,0 % | 80<br>100,0 %  |
| Vysoká            | 21<br>91,3 %                             | 2<br>8,7 % | 23<br>100,0 %  |
| Celkem            | 101<br>98,1 %                            | 2<br>1,9 % | 103<br>100,0 % |

(Fisherův přesný test  $p < 0,05$ ;  $t_b = 0,262$ ,  $p(\text{jednosměrný}) = 0,004$ )

Zdroj: autorka

**Zkoumaná CSR témata – stát**

|  | <b>Témata</b>                                       |
|--|---|
| Současné priority v oblasti                | Investice s pozitivním dopadem na životní prostředí |
| – životního prostředí                      | Aktivity na ochranu životního prostředí             |
| – lidských zdrojů                          | Bezpečnost a ochrana zdraví při práci               |
| – bezpečnosti a ochrany zdraví při práci   | Závazky v oblasti                                   |
| Priority pro nadcházející období v oblasti | – životního prostředí                               |
| – životního prostředí                      | – lidských zdrojů                                   |
| – lidských zdrojů                          | – bezpečnosti a ochrany zdraví při práci            |
| – bezpečnosti a ochrany zdraví při práci   | – ekonomické  |
| Formulace strategie v oblasti              | Spolupráce se                                       |
| – životního prostředí                      | – vzdělávacími a výzkumnými institucemi             |
| – lidských zdrojů                          | – státními úřady a institucemi                      |
| – bezpečnosti a ochrany zdraví při práci   | Vztahy se   |
| – ekonomické                               | – vzdělávacími a výzkumnými institucemi             |
|  | – státními úřady a institucemi                      |

Zdroj: autorka

**Vztah mezi volbou informací o současných prioritách v oblasti životního prostředí a mírou důležitosti státu**

| <b>Důležitost</b> | <b>Výskyt informace o současných prioritách – životní prostředí</b> |              | <b>Celkem</b>  |
|-------------------|---|--------------|----------------|
|                   | ne  | ano          |                |
| Malá až střední   | 77<br>85,6 %  | 13<br>14,4 % | 90<br>100,0 %  |
| Vysoká            | 8<br>57,1 %   | 6<br>42,9 %  | 14<br>100,0 %  |
| Celkem            | 85<br>81,7 %  | 19<br>18,3 % | 104<br>100,0 % |

(Fisherův přesný test  $p < 0,05$ ;  $t_b = 0,251$ ,  $p(\text{jednosměrný}) = 0,005$ )

Zdroj: autorka

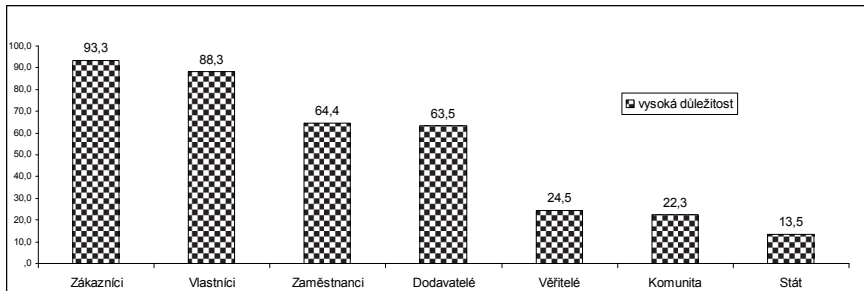
**Vztah mezi volbou informací o prioritách pro nadcházející období v oblasti bezpečnosti a ochrany zdraví při práci a mírou důležitosti státu**

| <b>Důležitost</b> | <b>Výskyt informace o prioritách pro nadcházející období v oblasti bezpečnosti a ochrany zdraví při práci</b> |             | <b>Celkem</b>  |
|-------------------|---|-------------|----------------|
|                   | ne  | ano         |                |
| Malá až střední   | 88<br>97,8 %  | 2<br>2,2 %  | 90<br>100,0 %  |
| Vysoká            | 10<br>71,4 %  | 4<br>28,6 % | 14<br>100,0 %  |
| Celkem            | 98<br>94,2 %  | 6<br>5,8 %  | 104<br>100,0 % |

(Fisherův přesný test  $p < 0,05$ ;  $t_b = 0,386$ ,  $p(\text{jednosměrný}) = 0,000$ )

Zdroj: autorka

## Příloha M – Souhrnné vyhodnocení důležitosti jednotlivých typů stakeholderů



Zdroj: autorka

## Příloha N – Hloubka poskytované informace o vzdělávání zaměstnanců versus image podniku

|               |               | Hloubka poskytované informace |                  |                       | Celkem         |
|---------------|---------------|-------------------------------|------------------|-----------------------|----------------|
|               |               | informace neuvedená           | obecná informace | detailnější informace |                |
| Image podniku | menší podniky | 47<br>83,9 %                  | 4<br>7,1 %       | 5<br>8,9 %            | 56<br>100,0 %  |
|               | větší podniky | 31<br>64,6 %                  | 3<br>6,3 %       | 14<br>29,2 %          | 48<br>100,0 %  |
| Celkem        |               | 78<br>75,0 %                  | 7<br>6,7 %       | 19<br>18,3 %          | 104<br>100,0 % |

$(\chi^2(2, N=104)=7,115, p<0,05; tc=0,207, p=0,014)$

Zdroj: autorka



## REJSTŘÍK

- A**  
akciová společnost..... 10, 48
- D**  
důvěryhodnost poskytovaných  
informací..... 14, 40,  
59, 60, 62, 68, 76, 82, 86, 91, 97
- E**  
EMAS..... 29, 30
- G**  
Global Sullivan Principles..... 29, 30
- H**  
hloubka poskytovaných  
informací..... 14, 59,  
64, 68, 70, 73, 77, 82, 84, 91, 100
- I**  
identifikace odpovědných osob..... 62, 74,  
79, 84, 90, 92, 93, 98  
informace o kontaktních údajích..... 62, 74,  
79, 83, 89, 92  
ISO 26000..... 29, 30
- K**  
kvalita poskytovaných informací .... 36, 53,  
81
- L**  
legitimacy gap ..... 18  
legitimacy theory ..... 8, 13,  
17, 22, 28, 31, 35, 43, 81, 88, 99
- P**  
positive accounting theory..... 8, 17,  
21, 26, 30, 33, 35, 99
- přístup k CSR reportování..... 8, 15,  
35, 39, 41, 47, 49, 51, 61, 63, 65, 68, 72,  
80, 86, 88, 92, 99
- R**  
rozsah poskytovaných informací ..... 14, 36,  
53, 57, 73, 75, 81, 87, 89
- S**  
SA8000..... 29, 30  
série AA1000 ..... 29  
série ISO 14000..... 29  
směrnice GRI ..... 29, 30  
směrnice OECD pro nadnárodní  
podniky..... 29, 32  
snaha o podporu zpětné vazby ..... 14, 36,  
53, 65, 79, 81, 93  
společenská smlouva..... 17  
stakeholderská teorie..... 8, 13,  
17, 19, 22, 27, 33, 35, 43, 81, 88, 99
- U**  
UN Global Compact..... 29, 30
- V**  
volba témat ..... 8, 11,  
14, 30, 32, 36, 40, 53, 57, 60, 63, 65, 69,  
72, 80, 94, 97, 99  
výroční zpráva..... 9, 38,  
43, 45, 51, 60, 72, 80, 93, 94, 95, 96, 97,  
98, 100  
výzkumná otázka  
obecná ..... 39, 42,  
45, 52, 72, 75, 76, 88, 91, 96  
specifická ..... 39, 42,  
52, 72, 76, 78, 80, 88, 91





## Vědecká redakce MU

prof. PhDr. Ladislav Rabušic, CSc.  
prof. RNDr. Zuzana Došlá, DSc.  
Ing. Radmila Droběnová, Ph.D.  
Mgr. Michaela Hanousková  
doc. PhDr. Jana Chamonikolasová, Ph.D.  
doc. JUDr. Josef Kotásek, Ph.D.  
Mgr. et Mgr. Oldřich Krpec, Ph.D.  
doc. PhDr. Růžena Lukášová, CSc.  
prof. PhDr. Petr Macek, CSc.  
PhDr. Alena Mizerová  
Mgr. Petra Polčáková  
doc. RNDr. Lubomír Popelínský, Ph.D.  
Mgr. Kateřina Sedláčková, Ph.D.  
prof. MUDr. Anna Vašků, CSc.  
prof. PhDr. Marie Vítková, CSc.  
Mgr. Iva Zlatušková  
doc. Mgr. Martin Zvonař, Ph.D.

Ing. Klára Kašparová

## **FAKTORY OVLIVŇUJÍCÍ CSR REPORTOVÁNÍ**

Ediční rada: R. Lukášová, L. Blažek, E. Hýblová, M. Kvizda,  
J. Maryáš, J. Nekuda, V. Hyánek, D. Němec  
Obálka a vstupní strany: Eva Lufferová  
Příprava k tisku: Klára Kašparová  
Vydala Masarykova univerzita  
Brno 2012  
1. vydání  
Tisk: Tiskárna Helbich, a.s., Valchařská 36, 614 00 Brno

ISBN 978-80-210-5985-6

DOI 10.5817/CZ.MUNI.M210-5985-2012

[www.muni.cz/press](http://www.muni.cz/press)

CSR reportování představuje v současné době jednu z nejvíce rostoucích oblastí společenské odpovědnosti podniku. Lze ho charakterizovat jako proces komunikování sociálních a environmentálních dopadů způsobených aktivitami podniku vybraným typům stakeholderů. Motivaci manažerů podniků k jeho využití je možné vysvětlit pomocí několika teorií. V knize jsou blíže představeny tři nejčastěji uváděné – legitimacy, positive accounting a stakeholderská teorie.

Na jejich základě byla zahraničními výzkumy identifikována celá řada faktorů ovlivňujících CSR reportování. Zjištění jejich působení na CSR reportování v českém prostředí bylo předmětem v knize prezentovaného výzkumu. Z jeho výsledků vyplývá, že na CSR reportování v českém prostředí mají ze zkoumaných faktorů větší vliv míra souběhu vlastnictví a řízení, velikost podniku, původ vlastníka a míra ocenění jména podniku.



**muni**  
**PRESS**