

Společenská zodpovědnost (Corporate Social Responsibility) jako jeden z rysů firem v nové ekonomice[#]

*Petr Boukal – Hana Vávrová**

Úvod

Príspevek se soustředí na jeden z významných rysů nové ekonomiky, na růst společenské zodpovědnosti firem při jejich fungování. Tento rys vyplývá z potřeby komplexního přístupu k firmám v rámci nové ekonomiky, který vyžaduje rozšířit ekonomický pohled na fungování firmy (hlavní cíl: maximalizace hodnoty firmy) o další kritéria, mezi nimiž hraje zásadní roli orientace na tzv. „lidský kapitál“. Zároveň se příspěvek soustředí na vliv růstu společenské zodpovědnosti firem na zkvalitnění výkonnosti nestátních neziskových organizací. Ukazuje se nezbytnost měření výkonnosti těchto neziskových organizací jako důležitý předpoklad jejího zvyšování, což je zásadním faktorem pozitivního rozvoje spolupráce mezi podnikatelskou sférou a neziskovými organizacemi iniciované ideou „Corporate Social Responsibility“.

1. Společenská zodpovědnost firem (Corporate Social Responsibility)

Pojem společenská zodpovědnost firem (Corporate Social Responsibility) je již poměrně ustálenou kategorií. Obsahově znamená sociální zodpovědnost firem, pod kterou si lze představit

- zodpovědnost ke svým zaměstnancům po stránce sociálních podmínek práce (zdraví, bezpečnost zaměstnanců, dodržování pracovních standardů, respektování lidských práv, rovné příležitosti bez ohledu na pohlaví, věk, případný handicap, pomoc propouštěným pracovníkům při hledání dalšího uplatnění atd.);
- zodpovědnost k životnímu prostředí v rámci regionu, ve kterém firma působí (preferenční ekologické výroby, ochrana přírodních zdrojů, snižování negativních dopadů na životní prostředí);
- zodpovědnost za rozvoj a udržování dialogu s úředními představiteli tohoto regionu;
- zodpovědnost za rozvoj a udržování dialogu s nevládními neziskovými organizacemi působícími v tomto regionu.

Představuje tedy komplex činností, které souvisejí s dodržováním obecných norem, které mají napomoci k odstraňování negativních dopadů způsobených působením firmy. Kromě toho také zahrnuje veřejně prospěšné působení firem.

[#] Příspěvek byl vytvořen jako součást výzkumného záměru MSM 6138439905.

* Ing. Petr Boukal, Ph.D. – odborný asistent, Katedra podnikové ekonomiky, Fakulta podnikohospodářská, VŠE v Praze.

Ing. Hana Vávrová, Ph.D. – odborná asistentka, Katedra podnikové ekonomiky, Fakulta podnikohospodářská, VŠE v Praze.

V českém překladu je na rozdíl od zahraničí používán pojem společenská (nikoli sociální) zodpovědnost firem.

Pojem společenská (sociální) zodpovědnost firem (Corporate Social Responsibility – dále CSR) je v odborné literatuře diskutován v širokém měřítku zejména od 90. let v souvislosti s rychlým rozvojem globalizované, dynamické ekonomiky. Jeho historie je samozřejmě delší, dříve však byla CSR vnímána jako ryze dobrovolná iniciativa podnikatelů (z českých podnikatelů v této oblasti vynikl již ve 20. letech 20. století např. Tomáš Baťa, v USA se tzv. hnutí pro společenskou odpovědnost rozvíjí od r. 1960), které nemohou a nesmí být žádným způsobem firmám vnucovány nebo normovány.

Předpokládalo se, že od firem bude možné v budoucnosti stále více očekávat šetrnost k životnímu prostředí, dobrý vztah k zaměstnancům, zájem o dění v jejich okolí včetně spolupráce s regionálním neziskovým sektorem, že integrovanou součástí firemní strategie se stanou všechny výše uvedené otázky související s CSR a to vše na dobrovolném základu. Dle stávajících výzkumů se totiž tyto aktivity firmám vyplácejí a to je rovněž důležitým stimulem k uvádění dobrovolnosti. „Výzkumy, které provedla organizace CSR Europe – viz www.csreurope.org (organizace sdružující přes 60 největších evropských a světových firem, jejímž cílem je provádět průzkumy a poradenství v této oblasti), udávají zajímavá čísla:

- 70 % západoevropských spotřebitelů považuje reputaci firmy, jejíž výrobky či služby kupují, za důležitou;
- 44 % spotřebitelů je ochotno zaplatit více za výrobky firmy, která se chová sociálně odpovědně;
- 1/3 výkonných ředitelů je přesvědčena, že tato sociálně odpovědná politika zvyšuje jejich obrát;
- 86 % investorů se domnívá, že tato politika v dlouhodobém horizontu vylepšuje hodnotu a značku firmy;
- 78 % zaměstnanců dá přednost práci pro eticky se chovající a respektovanou firmu před vyšším platem.“¹

V poslední době lze pozorovat růst skepse vůči možnosti rozvoje CSR na dobrovolném základu. Globalizace ekonomiky vede k multinacionalizaci firem a k růstu jejich ekonomického efektu při využívání méně rozvinutých regionů. V těchto méně rozvinutých regionech často nejsou respektovány principy CSR. Převažuje utilitaristická etika. Multinacionální firmy přistupují k méně rozvinutým regionům z pohledu maximalizace vlastního ekonomického efektu, aniž je dostatečně přihlíženo k rozvoji těchto regionů, zejména pokud jde o podmínky vytvářené každému jednotlivci. Hodnotový základ podpiřající ekonomické vztahy je narušen a objevují se snahy vnést, resp. vnutit ho firmám a multinacionálním firmám zvláště zvenčí.

S tím souvisí novinka současnosti, že postupně sílí tlak na zaměstnavatele a podnikatele a je stále více patrný posun od dobrovolnosti k povinnosti a právní závaznosti. Uvedme příklady.

V r. 1972 byla přijata rezoluce č. 1721 Ekonomické a sociální rady při OSN, r. 1977 byl ve Francii přijat zákon č. 77 769/1977 zaměřený na kvalitu pracovních vztahů ve firmách, podobný zákon platí i v Portugalsku (č. 141/1985). V letech 1986–1994 byly principy podnikání ve smyslu etického kodexu podnikání (Principles for Business) přijaty v řadě dalších evropských zemích, Japonsku i USA. V témže období let 1988–1993 byla schválena tzv. Interfaith Declaration, tj. etický kód mezinárodního obchodu pro příslušníky hlav-

1 Viz informace nadace VIA, <http://www.nadacevia.cz>.

ních světových náboženství. Ze strany např. katolické církve šlo o přímou reakci na sociální encykliky posledních papežů Jana XXIII., Pavla VI. a Jana Pavla II.

Tyto skutečnosti vyvolávají velký zájem Mezinárodní organizace zaměstnavatelů (International Organisation of Employers – IOE),² která se v této oblasti široce angažuje.

Výše uvedené snahy o právní závaznost CSR jsou vnímány ze strany IOE negativně, protože principy CSR tato organizace vnímá jako dobrovolné iniciativy podnikatelů, které, jak již bylo řečeno, nemohou a nesmí být žádným způsobem firmám vnucovány nebo normovány.

Naproti tomu Komise OSN pro lidská práva se na problém dívá deklarativně a ustanovila subkomisi, která zpracovala před krátkou dobou dokument pod názvem „Normy zodpovědnosti nadnárodních společností a dalších podnikatelských společností s ohledem na lidská práva“, jejichž záměrem je přesunout právní odpovědnost za dodržování lidských práv na podniky, ačkoliv nositeli lidských práv jsou v rámci mezinárodního právního rámce státy.

Z uvedených skutečností vyplývá, že CSR je velmi aktuálním, zásadním rysem nové ekonomiky, který je v současnosti průběžně řešen na více rovinách. Je naprosto zásadní, že v rámci podnikatelských aktivit ve stále více globalizovaném světě nové ekonomiky je více než potřeba dodržovat lidská práva v souladu s Úmluvami Mezinárodní organizace práce a principy udržitelného rozvoje v rámci postupující globalizace světa včetně jejich sociálních aspektů. Zaměstnavatelé a podnikatelé se v tom stále více angažují (pravda často nuceně) a i jejich mezinárodní organizace IOE v tomto směru vyvíjí iniciativu. Monitorovat tyto skutečnosti mohou mj. i nevládní neziskové organizace. Na druhé straně musí být pochopitelně reflektovány argumenty zaměstnavatelů a podnikatelů, kteří zdůrazňují, že naplnění výše uvedených zásad CSR musí vycházet z principu dobrovolnosti firem a korporací a není možné svobodné podnikání a svobodný trh, který (a na to se nesmí zapomínat) vytváří pracovní místa, a který je schopen zvyšovat úroveň zaměstnanosti ve světě, podřizovat přehnaným regulacím a certifikacím.

Průběžně lze pozorovat snahu o vzdělávání všech zainteresovaných subjektů. Již v letech 1996–1998 proběhl v ČR cyklus konferencí na téma „Corporate Governance“, r. 2004 se konala konference „Společenská zodpovědnost firem“ a vyšel stejnojmenný průvodce.

2. Firemní filantropie a firemní dárcovství jako důležité prvky CSR

Firemní filantropie a dárcovství jsou významnými prvky konceptu společenské odpovědnosti firem.

Firemní filantropie je v současnosti obvykle chápána jako souhrn činností a chování, které vedou k vědomé podpoře druhých osob (jednotlivců, skupin, organizací) s cílem řešit jejich problémy v širších souvislostech koncepčně. Na nejobecnější rovině je vedena snahou dosáhnout vyšší kvality života jak jednotlivce, tak celé společnosti.³

2 IOE jako představitel zaměstnavatelů ve světovém měřítku (členem IOE je 137 národních zaměstnavatelských organizací ze 133 zemí světa všech kontinentů) např. jménem zaměstnavatelů vyhlásil několik velmi pozitivních a dobrovolných iniciativ, ke kterým se zaměstnavatelé prostřednictvím svých svazů rovněž dobrovolně přihlásili. Konkrétně se jednalo o: Kodex chování zaměstnavatele (Codes of Conduct) v globalizovaném světě a o Globální dohodu (Global Compact) o dodržování základních principů souvisejících se sociálními aspekty globalizace ze strany zaměstnavatelů při jejich podnikání.

3 Viz Fórum dárců, www.donorsforum.cz.

Firemní dárcovství se zaměřuje na podporu projektů v potřebných oblastech, většinou zajišťovaných neziskovými organizacemi. Dárcovství velice závisí na zvyklostech a tradicích dané země, v ČR díky desetiletím předchozího vývoje byla tato tradice přerušena, takže podíl firemních i individuálních dárců na celkových příjmech neziskového sektoru je dosud nízký. Přesto se dárcovství stává stále více zajímavým zdrojem peněžních i nepeněžních prostředků pro činnost neziskového sektoru. Je třeba zdůraznit, že firemní dárcovství, resp. spolupráce firem s neziskovým sektorem se zdaleka neomezuje na peněžní podporu. Formy spolupráce se rozrůstají a lze je rozdělit na formy iniciované samotným managementem firmy a formy iniciované zaměstnanci firmy. Iniciativa zaměstnanců souvisí se zákonem o dobrovolnické službě č. 198/2002 Sb. a je buď jednorázová (účast na konkrétní akci neziskové organizace), nebo trvalá. Management firmy by měl dle zkušeností z vyspělých zemí EU podporovat jednorázovou i trvalou spolupráci zaměstnanců s neziskovým sektorem. Velmi vhodné je zařazení této podpory do plánu celkového personálního rozvoje zaměstnanců (ocenění dobrovolné práce zaměstnance ze strany managementu, umožnění dobrovolné práce prostřednictvím udělení tzv. časové banky atd.).

Vhodnou formou podpory zaměstnanců při spolupráci s neziskovým sektorem je z hlediska managementu firmy projektové řízení v této oblasti. Aby firma dosáhla společenské zodpovědnosti a efektivně se zařadila do nové ekonomiky, musí být splněna řada předpokladů. Lze je shrnout do následujících bodů:

- Je nutné, aby program spolupráce s neziskovým sektorem podporoval vrcholový management ve firmě. Vyjádření podpory je třeba zmínit v interních časopisech společnosti, v informačním bulletinu nebo sděleními výkonného managementu.
- Stejně důležitá je podpora a závazek přímého nadřízeného aktivně působícího zaměstnance.
- Příímí nadřízený nebo sponzoři by měli být zapojeni v úvodní fázi při určování rozvojových potřeb spolupracujícího zaměstnance a měli by se zúčastnit úvodního setkání před začátkem projektu spolupráce.
- V neposlední řadě musí být k práci motivován sám zaměstnanec. Zaměstnanci spolupracující s neziskovým sektorem musí chtít podporované programy realizovat a účastnit se jich dobrovolně. Není možné situaci otočit tak, aby zaměstnanci byli v rámci úsilí o zvýšení prestiže firmy nuceni k „společenské angažovanosti“.
- Je důležité, aby cíle byly jasné a schválené všemi stranami (firma, zaměstnanec, nezisková organizace).

Spolupracující nezisková organizace musí být efektivní a stabilní, protože jedině v tomto případě k propojení veřejného i soukromého zájmu, tj. zlepšení image spolupracující společensky zodpovědné firmy na jedné straně a realizaci poslání spolupracující nestátní neziskové organizace na straně druhé.

3. Efektivnost a stabilita neziskových organizací

Efektivně fungující nezisková organizace je z hlediska firmy taková organizace,

- která vyvíjí činnost uznanou společností jako výrazně prospěšnou;
- která díky své činnosti zlepšuje image spolupracující firmy;
- která hospodárně využívá obdržené zdroje (Důležitá je v této souvislosti kvantifikace hospodárnosti, tj. měření úspornosti vynaložení (minimalizace) nákladů vzhledem

k požadovanému výstupu a kvantifikace produktivity, tj. měření výstupu na jednotku použitého vstupu);

- která má charismatické, pevné vedení;
- která má dobré vztahy s místní samosprávou;
- která vede správné a průhledné účetnictví.

Stabilní a efektivně fungující nezisková organizace by měla dále vykazovat tyto rysy⁴:

- je schopna definovat své cíle a jasně definovat účel vlastní existence;
- řídí se dle svého poslání a sleduje účel o jí poskytovaných služeb;
- je schopná definovat a analyzovat své okolí (mikro a makro) a definovat svoji pozici;
- je schopna zvládat a řešit konflikty;
- je schopna formulovat své strategie;
- je schopna plánovat a také realizovat tyto plány;
- je schopna získávat a mobilizovat zdroje;
- je se průběžně učit novým věcem a přístupům;
- pracuje na vývoji podpůrných vztahů s ostatními subjekty ve svém okolí;
- je schopna zhodnotit vlastní výkonnost a provádět změny;
- aktivně reaguje na nové podněty úpravou agendy, přístupů a strategií.

Výše uvedené rysy vyžadují nový ucelený přístup neziskové organizace k hodnocení své výkonnosti. V první řadě jde o pojetí samotné výkonnosti. Výkonnost je třeba chápat (a to bychom chtěli zdůraznit) jako soustředění disponibilních zdrojů do těch oblastí, kde lze očekávat výsledky. Z toho vyplývá úzká vazba na správné a reálné definování cílů neziskové organizace. Vzhledem k tomu, že nezisková organizace má většinou několik odlišných cílových skupin, spočívá jeden z nejdůležitějších a také nejtěžších úkolů manažera ve sjednocení názorů všech cílových skupin s dlouhodobými cíli organizace samotné tak, aby bylo jednak naplněno poslání neziskové organizace a jednak podnikatelské subjekty stimulovány k prohloubení spolupráce.

S problematikou stanovení cílů konkrétní organizace úzce souvisí měření a vyhodnocování výkonnosti neziskové organizace. Je třeba konstatovat, že organizace působící v neziskovém sektoru mají neustále tendenci spíše neklást důraz na výkonnost a výsledky vlastní organizace. Problematickou záležitostí je totiž otázka, jak kvantifikovat výsledky organizací, jejichž primárním cílem není vytváření zisku. Dle Druckera⁵ pro neziskové organizace platí, že nestačí pouze, aby uspokojovaly potřeby klientů, ale skutečně efektivní instituce vytvářejí poptávku. Rozdíly v posuzování výkonnosti jsou nejmarkantnějším rozdílem mezi „ziskovým“ a „neziskovým“ sektorem. Neziskové organizace vynakládají peníze dárců, jsou tedy odpovědné za to, aby tyto prostředky byly vynakládány efektivně a toho lze dosáhnout jedině zvyšováním výkonnosti organizace.

Kvantifikace výsledků činnosti neziskových organizací naráží na celou řadu problémů a omezení. K hodnocení podniků v komerčním sektoru je k dispozici celá řada finančních ukazatelů a kritérií, z nichž velká část je založena na zisku. Ovšem proti aplikaci těchto kritérií vystupuje celá řada neziskových organizací velice ostře, protože jsou přesvědčeny, že výsledky jejich práce lze posuzovat pouze z kvalitativního hlediska.

4 Upraveno dle http://www.esfcr.cz/files/clanky/1300/priloha_1.pdf.

5 DRUCKER, F. Peter: Řízení neziskových organizací. Praxe a principy. Praha Management Press. 1994.

Výkonnostní potenciál organizace je určen především lidmi, proto rozhodování o personální stránce organizace jsou velmi významná. Jen v neziskovém sektoru funguje skupina lidí – dobrovolníků, se kterými nemají podniky zkušenosti. Je nutné si uvědomit, že potenciál dobrovolnictví stále roste, protože neziskové organizace kromě svého poslání představují také možnost pro občanskou zainteresovanost v konkrétní oblasti.

Výkonnost organizace je nutné posuzovat vzhledem k jejímu poslání a nadefinovaným cílům. Cíle by si měla nezisková organizace stanovit v souladu s definováním oblastí, kam bude zaměřovat svoji výkonnost. Výchozím bodem pro organizace působící v neziskovém sektoru je tedy definice klíčových cílových oblastí, na které bude zaměřen rozhodující výkonnostní potenciál organizace – a to především z pohledu konkrétních možností organizace.

4. Měřitelné ukazatele výkonnosti neziskových organizací

4.1 Obecný systém používaných ukazatelů

Obecný systém používaných ukazatelů je modifikací zejména paralelní soustavy ukazatelů konstruovaných k hodnocení ziskových subjektů. Pro neziskové organizace je důležitá kvantifikace hospodárnosti, tj. měření úspornosti vynaložení (minimalizace) nákladů vzhledem k požadovanému výstupu a kvantifikace produktivity, tj. měření výstupu na jednotku použitého vstupu. Další ukazatele, které neziskové organizace v zájmu své efektivnosti sledují, jsou např. ukazatele likvidity.

Je nutno zdůraznit, že nezisková organizace musí průběžně sledovat vyrovnanost příjmů a výdajů v jednotlivých obdobích. Přiměřená likvidita, tj. vztah mezi likvidními oběžnými aktivy a splatnými krátkodobými závazky, je podstatnou veličinou zajišťující průběžnou solventnost organizace.

Vzhledem k výše uvedené potřebě průběžné solventnosti, musí nezisková organizace sledovat především relaci mezi cizím a vlastním kapitálem. Disproporce mezi nimi je vždy zárodkem velkých problémů.

U neziskových organizací nelze doporučit přehnané zadlužování. Velké dluhy dostanou organizaci do vleku na věřiteli a jejich „řízení“ často odvádí od hlavního poslání neziskové organizace.

Hlavní činnost neziskové organizace bude většinou ztrátová (je důležité rozlišovat účetní ztrátovost a nutnost výše uvedené průběžné vyrovnanosti reálných peněžních toků). Ztrátovost hlavní činnosti je možné vyrovnávat ziskovostí doplňkové činnosti.

Dalšími významnými ukazateli jsou pro neziskovou organizaci:

Autarkie hlavní činnosti na bázi výnosů a nákladů =

$$\frac{\text{výnosy_z_hlavní_činnosti}}{\text{náklady_z_hlavní_činnosti}} \cdot 100 \quad (1)$$

Autarkie hlavní činnosti na bázi příjmů a výdajů =

$$\frac{\text{příjmy_z_hlavní_činnosti}}{\text{výdaje_z_hlavní_činnosti}} \cdot 100 \quad (2)$$

Tyto ukazatele dosahují většinou hodnot menších než 100 %. Pokud tato situace nastává u autarkie hlavní činnosti na bázi příjmů a výdajů, je důležité vyrovnaní prostřednictvím doplňkové činnosti při podrobnější strukturální analýze příjmové i výdajové oblasti neziskové organizace. Je nutné zejména posoudit, zda všechny výdajové položky jsou relevantní a přispívají naplnění poslání organizace. Na druhou stranu příliš velký růst ukazatele nad 100 % otevírá otázku využití volných peněžních prostředků. Ziskovým organizacím se v této situaci obvykle doporučuje, aby volné prostředky investovaly a dále tím zvýšily jejich velikost. neziskové organizace by v tomto směru měly být maximálně opatrné a rizikové investice by měly zcela vynechat.

4.2 Specifické ukazatele

V předchozím odstavci jsme uvedli přehled obecně používaných ukazatelů k zjišťování výkonnosti neziskových organizací. Kromě nich existují ukazatelové soustavy pro specifické účely. Velmi důležité jsou v této souvislosti hodnotící systémy používané institucemi EU. V tomto odstavci uvádíme příklad jednoho z nich. Jako příklad je možné uvést jeden ze systému hodnocení projektů Evropskou unií.

Systém hodnocení EU pro oblast lidských zdrojů

V rámci hodnocení projektů, které čerpaly podporu ze Strukturálních fondů, byl v souladu s článkem 36 Nařízení Rady (ES)1260/1999 vyvinut systém pro měření plnění celkových cílů JPD 3 – jedná se především o oblast lidských zdrojů. To znamená o oblast, která je předmětem zájmu celé řady nestátních neziskových organizací v České republice. Tento systém je vytvořen na principu stanovení měřitelných ukazatelů, které pak umožňují monitorovat realizaci programu a hodnotit jeho výkonnost vzhledem ke stanoveným cílům. Jednotlivé indikátory byly stanoveny na úrovni celého programu a pro jednotlivé priority.

Pro monitorování stanoveny čtyři typy ukazatelů – vstupu, výstupu, výsledku a dopadu.

- Ukazatel vstupu – vyjadřuje částku určenou na jednotlivé priority/opatření, vyjádřenou v EUR a to jak částku celkovou, tak příspěvek z Evropského sociálního fondu.
- Ukazatel výstupu – postihuje objem aktivit projektů, které je možno sledovat již v rámci monitorování projektu, např. počet podpořených osob, institucí a projektů.
- Ukazatel výsledku – vyjadřuje okamžité pozitivní efekty, např. počet osob, které úspěšně dokončily vzdělávání, počet osob, které získaly práci, počet nově vytvořených vzdělávacích/informačních produktů apod.
- Ukazatel dopadu – se vztahuje k dlouhodobému efektu projektů. Hodnotí udržitelnost a čisté efekty podpory, je sledován v delším časovém období po ukončení podpory (12 měsíců).

Výše popsané ukazatele je možné běžně statisticky sledovat a vyhodnocovat, především na úrovni regionu.

Systém ukazatelů, který byl vytvořen pro oblast lidských zdrojů by bylo možné s určitými modifikacemi použít pro měření a především kvantifikaci výsledků neziskových organizací i jiných oblastech, sociální oblast, zdravotnictví, kultura apod.

Závěr

Efektivně fungující firma z pohledu Corporate Social Responsibility v České republice je nejčastěji firma vlastněná zahraničním subjektem (ve vyspělých zemích EU má CSR delší tradici), neziskové organizace by si měly na druhé straně dávat pozor na negativní motivy firem ke spolupráci (odčinění pocitu viny, naplnění dalších ambicí managementu, zbavování se nepotřebného materiálu, praní špinavých peněz atd.).

Lze ovšem konstatovat, že kladný přístup k CSR je mezi firmami stále častější. Firmy jsou celkově více ochotné brát na sebe dobrovolně odpovědnost za věci veřejné a přispívat k řešení společenských problémů. Důležitá je dobrovolnost této ochoty. Vyrůstá spolupráce mezi firmami a neziskovými organizacemi, nejčastěji jde o finanční a materiální podporu a také dobrovolnou práci zaměstnanců. Lze pozorovat i problémy, protože spolupráci oba subjekty nahlíží logicky ze svého úhlu pohledu a dané úhly se mohou lišit. Firmy preferují atraktivní oblasti, požadují okamžitě viditelný a propagovatelný efekt, mají rády rychlá a jednoduchá řešení. Lze říci, že chápou CSR jako součást svého komplexního marketingu. Neziskové organizace však nevznikají jako nástroj marketingu firem, ale s konkrétním posláním, které většinou vyžaduje dlouhodobé a komplikované řešení problémů, které jsou složitější, než jak si firmy představují. Na druhou stranu přístup firem nutí neziskové organizace starat se o svou výkonnost, o větší efektivnost své činnosti, protože jinak se nestanou „objektem“ firemního dárcovství.

Celkově se dá říci, že CSR je v ideálním případě oboustranně výhodný vztah, který v konečném důsledku obohacuje lokalitu, v níž spolupráce mezi firmou a neziskovou organizací probíhá.

Literatura

- [1] BOUKAL, Petr; VÁVROVÁ, Hana; SIEBER, Patrik; NOVÁK, Tomáš. 2007. *Ekonomika a financování neziskových organizací*. 1. vyd. Praha : Oeconomica, 2007, s. 110. ISBN 978-80-245-1293-8.
- [2] DRUCKER, F. Peter. 1994. *Řízení neziskových organizací*. Praxe a principy. Praha : Management Press, 1994. ISBN 80-85603-38-1.
- [3] DUBEN, Rostislav. 1996. *Neziskový sektor v ekonomice a společnosti*. Codex Bohemia, 1996. ISBN 80-85963-19-1.
- [4] FRIČ, Pavol. 2000. *Strategie rozvoje neziskového sektoru*. Fórum dárců, 2000. 84 s.
- [5] FRIČ, Pavol; GOULLI Rochdi. 2001. *Neziskový sektor v České republice*. Praha : Eurolex Bohemia, 2001. 203 s. ISBN 80-864362-04-1.
- [6] KAŽMIERSKI, Tomáš; PELCL, Petr. 2003. *Projektové a strategické plánování pro neziskové organizace*. REC ČR, 2003.
- [7] KRAFTOVÁ, Ivana. 2002. *Finanční analýza municipálních firem*. Praha : C. H. Beck, 2002. ISBN 80-7179-778-2.
- [8] NOVOTNÝ, Jiří a kol. 2004. *Ekonomika a řízení neziskových organizací (zejména nevládních organizací)*. Praha Oeconomica, 2004. ISBN 80-245-0792-7.
- [9] OCHRANA, František : *Manažerské metody ve veřejném sektoru*. Teorie, praxe a
- [10] REKTOŘÍK Jaroslav a kol. 2002. *Ekonomika a řízení odvětví veřejného sektoru*. Ekopress, 2002. ISBN 80-86119-60-2.
- [11] SALAMON, M. Lester.; ANHEIER, K. H. a kol.: *Nástup neziskového sektoru – mezinárodní srovnání*. Praha : Agnes, 1999. ISBN 80-902633-1-3.
- [12] VAJDOVÁ, Tereza: *Zpráva o neziskovém sektoru v České republice*. Zveřejněno na <http://wtd.vlada.cz/vrk/vrk.htm>

Internetové zdroje

<http://www.businessinfo.cz>

<http://www.ioe-emp.org/>

<http://www.osn.cz/>

<http://www.esfcr.c>

<http://www.hest.cz>

http://oikos.vse.cz/files/CSR_v_kostce_VSE.ppt

Corporate Social Responsibility like one of the Features of Firms in New Economy

Abstract

The firms approach in the new economics to your activities comprehensively. The maximization of the firm's value and the continuous corporate social responsibility are the most important goals of the firms. The corporate social responsibility is the important characteristic of the new economy. It means the connection of the economic interests with the responsibility for the employees and for the environment. The firms connect actively their economic interests to the public convenience of their activity. The responsibility for the cooperation with the non government organisations (NGOs) has connection with the corporate social responsibility. The NGOs are oriented to the cooperation with the firms too. They develop the deversified financing of their activities. The cooperation with the firms influences positively the efficiency of the NGOs. It is the double-faced profitable movement having the effects for the development of the regions.

Key words: corporate social responsibility; measurement and analysis of efficiency; non profit organization; ratios.

JEL classification: M14.