Klára Kašparová

Faktory ovlivňující CSR reportování

MASARYKOVA UNIVERZITA

Klára Kašparová

FAKTORY OVLIVŇUJÍCÍ CSR REPORTOVÁNÍ

UNIVERSITAS MASARYKIANA BRUNENSIS
FACULTAS RERUM OECONOMICARUM
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

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

GQ@L 756+6.+0/.+6.24+/ &mljglc8nbd'
ISBN 978-80-210-5985-6 &`pm¶mt_l÷ t_x`_'
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 legitimity 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 zpráv 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 legitimity, 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 cíly 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.[1] Druhá část se zaměřovala na identifikaci specifik 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

[1] 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 řídce 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, nevyplynulo, 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 vymezování **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 probádáno. 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 nahlížejí jako na významný nástroj k zajištění udržitelného fungování podniku a jeho konkurenceschopnosti.

Nefinančnímu reportování se podniky systematičtěji 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